

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN  
DI nDALEM NGABEAN RESTO**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta untuk  
Memenuhi Sebagai Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



**Oleh:**

**Suci Wulan Sari**

**09511241026**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**2015**

# KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI nDALEM NGABEAN RESTO

Oleh:

Suci Wulan Sari

09511241026

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) faktor-faktor apa sajakah yang menentukan kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto, 2) kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Tempat penelitian di nDalem Ngabean Resto, Jl. Ngadisuryan No. 6 Yogyakarta pada bulan Februari 2013 hingga bulan Februari 2015. Populasi adalah semua tamu yang datang ke Ndalem Ngabean Resto. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Insidental Sampling* (secara kebetulan) berdasarkan rumus Slovin pada taraf kesalahan 10%. Sampel dalam penelitian ini adalah tamu yang datang ke Ndalem Ngabean Resto sebanyak 90 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Uji validitas menggunakan rumus korelasi *product moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan nilai koefisien reliabilitasnya  $> 0,6$ . Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto yaitu kuadran A dipengaruhi oleh bukti langsung, keandalan, daya tanggap, dan jaminan, kuadran B diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto meliputi bukti langsung, jaminan, dan empati, kuadran C diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan kuadran D diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto meliputi bukti langsung, keandalan, jaminan, dan empati; dan (2) kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto berada pada kategori belum puas. Hal ini ditunjukkan dari nilai rata-rata harapan lebih besar dari pada nilai rata-rata kenyataan dimana pada indikator bukti langsung nilai  $3,68 > 2,89$ ; pada indikator keandalan nilai  $3,24 > 2,77$ ; pada indikator daya tanggap nilai  $3,66 > 2,61$ ; pada indikator jaminan nilai  $3,59 > 3,02$ ; dan pada indikator empati nilai  $4,34 > 3,76$ ).

**Kata kunci:** Kepuasan, Konsumen, Kualitas Pelayanan

## LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

**"KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN  
DI nDALEM NGABEAN RESTO"**

Disusun oleh :

Suci Wulan Sari


09511241026

Telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dilaksanakan Ujian Akhir Tugas Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.

Yogyakarta, Mei 2015

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Pendidikan Teknik Boga,

Disetujui,  
Dosen Pembimbing,

  
Sutriyati Purwanti, M.Si  
NIP. 196008708198032002

  
Dr. Mutiara Nugraheni  
NIP. 19770131 2002122001

## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi

### "KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI nDALEM NGABEAN RESTO"

Disusun oleh :

Suci Wulan Sari

09511241026

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi  
Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta pada  
tanggal Mei 2015

#### TIM PENGUJI

Jabatan	Nama Dosen	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji	Dr. Mutiara Nugraheni		05/05-2015
Sekretaris	Dewi Eka Murniati, M.M.		05/05-2015
Penguji	Sutriyati Purwanti, M. Si		05/05-2015

Yogyakarta, Mei 2015

Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Dr. Moch Bruri Triyono

NIP. 19560216 198603 1 003

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Suci Wulan Sari  
NIM : 09511241026  
Jurusan : PTBB / Pendidikan Teknik Boga  
Judul TAS :

### **"KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI nDALEM NGABEAN RESTO"**

menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, Mei 2015

Yang menyatakan,



Suci Wulan Sari  
NIM. 09511241026

## **MOTTO**

“Semua mimpi kita dapat menjadi kenyataan, jika kita punya keberanian untuk  
mewujudkannya”  
(Walt Disney)

"Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit  
kembali setiap kali kita jatuh".  
(Confusius)

"Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari  
betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah".  
(Thomas Alva Edison)

“Hari ini Anda adalah orang yang sama dengan Anda di lima tahun mendatang,  
kecuali dua hal yaitu orang-orang di sekeliling Anda dan buku-buku yang Anda  
baca”.  
(Penulis)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan kepada :

- ❖ Ayahanda dan Ibunda Tercinta yang telah memberikan segalanya untukku, terimakasih atas curahan kasih sayang dan segala daya serta upaya untuk memberikan bimbingan serta dorongan moril dan materil serta do'a yang telah diberikan selama ini yang membuatku tetap tegar dalam kondisi apapun.
- ❖ Suami tercinta yang selalu setia menemani dan mendukung terselesaikannya tugas ini, terimakasih suamiku atas dukungan, cinta kasih sayang dan semangat yang kau berikan selama ini.
- ❖ Kakakku tersayang, terimakasih atas dukungan dan kasih sayangmu selama ini.
- ❖ Sahabat-sahabat terbaikku, Savintha, Paramita, Hesti, Dilia, Bayu, Andhika, dan teman-teman seperjuanganku terimakasih atas persahabatan dan kerjasamanya selama ini.
- ❖ Kerabat dan keluarga, aku belajar dari keluarga besarku, banyak pelajaran dan pengalaman selama menjadi bagian dari kalian semoga persaudaraan kita tetap terjaga dengan baik selamanya.
- ❖ Almamaterku tercinta UNY, terimakasih atas ilmu tanpa batas yang diberikan.

(Penulis)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan dengan judul “KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI nDALEM NGABEAN RESTO” dapat disusun sesuai dengan harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Mutiara Nugraheni, selaku dosen pembimbing dan ketua penguji TAS yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Prihastuti Ekawatiningsih, M.Pd, selaku validator instrumen penelitian yang telah memberikan saran/masukan perbaikan sehingga penelitian TAS dapat terlaksana dan dapat diselesaikan dengan baik.
3. Sutriyati Purwanti, M. Si., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Teknik Boga dan penguji yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan TAS serta memberikan koreksi perbaikan secara bertahap terhadap TAS ini.
4. Dewi Eka Murniati, MM, selaku sekertaris penguji yang telah memberikan bantuan selama proses penyusunan TAS serta memberikan koreksi perbaikan terhadap TAS ini.
5. Dyah Nuraini selaku pihak pengelola nDalem Ngabean Resto, terimakasih atas saran dan bantuannya, semoga amal kebaikan ibu dibalas oleh Alloh SWT di dunia dan akhirat.



6. Noor Fitrihana, M. Eng., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga beserta dosen dan staf yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai dengan selesainya TAS ini.
7. Dr. Moch. Bruri Triyono, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
8. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan disini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Yogyakarta, Mei 2015

Penulis,

Suci Wulan Sari  
NIM. 09511241026

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Manfaat Penelitian.....	6
 BAB II KAJIAN TEORI.....	 7
A. Kajian Teori.....	7
1. Pemasaran.....	7
2. Kualitas Produk.....	9
3. Kualitas Pelayanan.....	10
4. Kepuasan Konsumen.....	14
5. Mengukur Kepuasan Konsumen.....	15
6. Komponen Kepuasan Konsumen.....	17
7. Ciri-ciri Konsumen Yang Puas.....	18
8. Elemen Kepuasan Konsumen.....	19
9. Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen.....	20
10. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	21
11. Restoran.....	21
12. Gambaran Umum nDalem Ngabean Resto.....	24
B. Penelitian yang Relevan.....	27
C. Kerangka Berpikir.....	29
D. Pertanyaan Penelitian.....	30

BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
C. Subyek Penelitian.....	32
D. Definisi Operasional Variabel.....	33
E. Metode Pengumpulan Data.....	35
F. Instrumen Penelitian.....	36
G. Validasi dan Reliabilitas Instrumen.....	37
H. Teknik Analisis Data.....	40
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 43
A. Hasil Penelitian.....	43
1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	43
2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
3. Deskripsi Data Penelitian.....	46
B. Pembahasan.....	57
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 66
A. Simpulan.....	66
B. Saran.....	67
 DAFTAR PUSTAKA.....	 68
LAMPIRAN.....	71

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1    Skor Jawaban dan Kriteria Penilaian.....	37
Tabel 2    Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Konsumen.....	37
Tabel 3    Interpretasi Koefisien Korelasi.....	40
Tabel 4    Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 5    Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	44
Tabel 6    Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 7    Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	46
Tabel 8    Nilai Rata-Rata Harapan dan Kenyataan.....	47
Tabel 9    Pernyataan Yang Menempati Kuadran A.....	49
Tabel 10    Pernyataan Yang Menempati Kuadran B.....	50
Tabel 11    Pernyataan Yang Menempati Kuadran C.....	51
Tabel 12    Pernyataan Yang Menempati Kuadran D.....	52
Tabel 13    Rangkuman Pernyataan dalam Diagram Kartesius.....	53
Tabel 14    Rata-rata Nilai Kenyataan Dan Harapan Konsumen .....	53

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Konsep Kepuasan Konsumen.....	15
Gambar 2 Kerangka Alur Pemikiran .....	29
Gambar 3 Skema Diagram Kartesius.....	41
Gambar 4 Diagram Kartesius.....	48
Gambar 5 Diagram Batang Rata-rata Kenyataan dan Harapan.....	54

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Ijin Penelitian
Lampiran 2	Instrumen Uji Coba
Lampiran 3	Data Uji Coba Instrumen
Lampiran 4	Hasil Uji Coba Instrumen
Lampiran 5	Data Penelitian
Lampiran 6	Dokumentasi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latarbelakang Masalah**

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan sangat ditentukan oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan pelanggan itu sendiri. Seiring makin banyaknya aktivitas diluar rumah yang sangat bervariasi oleh manusia, maka kesempatan orang untuk mengkonsumsi makanan yang bersifat cepat, praktis dan nyaman semakin tinggi. Menurut Sumarwan (2002), jumlah penduduk yang sangat besar membawa berbagai implikasi penting bagi kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia. Salah satu implikasi penting adalah kebutuhan pangan yang sangat banyak untuk memenuhi konsumsi penduduk. Hal ini menjadi salah satu penyebab terjadinya peningkatan permintaan masyarakat terhadap tersedianya usaha penyediaan makanan yang biasa disebut rumah makan/restoran. Setiap perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya dengan cara menyediakan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat atau pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya (Supranto, 1997: 1).

Pemberian kepuasan kepada para konsumen adalah strategi pertahanan yang paling baik untuk melawan para pesaing bisnis. Perusahaan yang berhasil menjaga para konsumennya selalu merasa puas, akan memperoleh keunggulan bersaing dan hampir tidak terkalahkan dalam bisnis. Para pelanggan yang puas biasanya lebih setia, lebih sering membeli, dan rela membayar lebih banyak untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen pada akhirnya dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada

perusahaan. Tidak terlepas pula bagi usaha dibidang kuliner. Jika ada satu saja pelanggan yang merasa puas maka kemungkinan besar usaha itu akan mendapatkan beberapa calon pelanggan baru. Hal ini seperti yang dikatakan Kotler (2002) bahwa seseorang yang puas akan suatu produk, rata-rata akan menceritakannya kepada sepuluh orang lainnya.

Yogyakarta dikenal sebagai kota pendidikan, kota pelajar, kota budaya dan kota wisata. Ikon ini menjadi salah satu pendukung bagi pengusaha untuk membuka usahanya di Yogyakarta. Bisnis yang berkembang di kota ini sangat beragam, mulai dari bisnis makanan (kuliner), pakaian, kerajinan hingga bisnis perbankan. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Phillips Kotler, 2005). Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman (*food service*) yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan cafe tenda, bisnis makanan berskala sedang seperti rumah makan dan cafe sampai dengan bisnis makanan berskala besar seperti restoran-restoran di hotel berbintang.

Fandy Tjiptono (2000: 126) mengungkapkan lima dimensi yang menyangkut masalah kualitas pelayanan yaitu:

“(1) bukti fisik (*tangible*) berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi, (2) kehandalan (*reliability*), sebagai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya, (3) daya tanggap (*responsiveness*), yang menunjukkan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap, (4) jaminan (*assurance*) menunjukkan sejauh mana pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan menciptakan *image* atau persepsi yang baik bagi perusahaan, dengan menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan dibenak konsumen terhadap perusahaan, dan (5) empati (*empathy*) sebagai syarat untuk peduli dan memberikan perhatian secara pribadi bagi pelanggan”.



nDalem Ngabean Resto merupakan salah satu industri yang bergerak dalam bidang kuliner, menyajikan berbagai macam hidangan makanan tradisional yang dikemas dengan konsep *Lunch Buffet* dan *Fine Dining (on request)*. nDalem Ngabean Resto mengusung nuansa tradisional yang didukung dengan suasana lingkungan kraton yang kental akan adat jawa. Dalam menghadapi persaingan bisnis dibidang kuliner, nDalem Ngabean Resto senantiasa berusaha memberikan pelayanan yang terbaik serta cita rasa yang berbeda dengan perusahaan lainnya. Akan tetapi, upaya tersebut nyatanya belum membuahkan hasil. Faktanya terjadi penurunan jumlah tamu yang berkunjung di nDalem Ngabean Resto dalam kurun waktu tiga tahun. Jumlah tamu yang berkunjung pada tahun 2012 sebanyak 8721 tamu, kemudian pada tahun 2013 jumlah tamu menurun menjadi 7817 tamu, dan penurunan terjadi kembali pada tahun 2014 dengan jumlah kunjungan sebanyak 6982 tamu yang datang.

nDalem Ngabean Resto dituntut untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan atau harapan konsumen agar tercipta kepuasan bagi konsumennya. Dengan demikian kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola nDalem Ngabean Resto akan dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumennya. Berdasarkan hasil pengamatan diketahui bahwa menurunnya jumlah tamu dalam kurun waktu tiga tahun terakhir dikarenakan mulai menjamurnya restoran yang sejenis dengan nDalem Ngabean Resto. Selain itu, letak restoran yang kurang strategis membuat konsumen kesulitan menemukan lokasi nDalem Ngabean Resto. Masalah lain yang muncul dari segi pelayanan adalah ketika terdapat menu atau minuman yang habis tidak langsung disampaikan kepada konsumen, ini menyebabkan konsumen harus memesan

menu ulang dan menunggu lebih lama. Bentuk kelalaian lainnya adalah terdapat beberapa konsumen yang kehabisan air mineral karena kurangnya *control* dari pihak pelayanan. Disamping itu pelayan kurang cekatan dalam membersihkan meja *buffet* ketika tamu sudah selesai mengambil makanan. Hal lainnya yang perlu mendapat perhatian adalah sedikitnya jumlah pelayan di nDalem Ngabean Resto sehingga ketika ada tamu dadakan atau *walk in guest* datang maka pelayanan menjadi tidak fokus dan terbengkalai, serta beberapa tamu merasa tidak dilayani secara maksimal. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di nDalem Ngabean Resto Yogyakarta”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latarbelakang masalah di atas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Banyak muncul pesaing restoran yang menawarkan produk makanan sejenis dengan segmen pasar yang sama.
2. Terjadi penurunan jumlah tamu yang berkunjung ke nDalem Ngabean Resto dalam kurun waktu 3 tahun terakhir.
3. Letak restoran tidak strategis sehingga konsumen kesulitan menemukan lokasi nDalem Ngabean Resto.
4. Penyampaian informasi yang kurang lengkap kepada para tamu saat pemesanan menu.
5. Kebersihan dan kerapian meja *buffet* yang kurang diperhatikan.
6. Pelayanan kurang handal dan maksimal ketika ada tamu *walk in guest* datang dalam jumlah besar.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian yang akan dilakukan dibatasi pada faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto, dan kualitas pelayanan di nDalem Ngabean Resto yang diukur berdasarkan dimensi yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Dasar pertimbangan pembatasan masalah tersebut karena konsumen yang berkunjung di nDalem Ngabean Resto mayoritas adalah wisatawan domestik, keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga peneliti dalam melakukan penelitian ini.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang diuraikan diatas masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Faktor-faktor apa sajakah yang menentukan kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto?
2. Bagaimana kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang menentukan kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto.
2. Mengetahui kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto.

## **F. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian diharapkan berguna bagi berbagai pihak, baik penulis, perusahaan maupun pihak yang berkepentingan dengan objek penelitian. Dengan rincian sebagai berikut:

### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya dalam bidang jasa pelayanan dan pemasaran dibidang kuliner khususnya di restoran dan juga sebagai pelatihan dalam menerapkan serta mengaplikasikan ilmu akademis di dunia kerja.

### **2. Bagi Lembaga Pendidikan**

Semoga dapat menambah dan melengkapi bahan bacaan atau literatur di perpustakaan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.

### **3. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran yang berguna kepada pihak nDalem Ngabean Resto agar dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memperbaiki masalah yang berkaitan dengan perusahaan dan usaha meningkatkan loyalitas pelanggan yang berdampak pada peningkatan volume penjualan.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. KAJIAN TEORI**

##### **1. Pemasaran**

Pemasaran berperan sangat penting untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan baik untuk mengembangkan usaha maupun untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Agar konsumen mengenal produk penting bagi perusahaan untuk menciptakan strategi baru dalam memenuhi keinginan konsumen yang sangat beragam.

##### **a. Pengertian Pemasaran**

Phillips Kotler (2005 : 10), mendefinisikan pemasaran sebagai berikut:

“Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”.

Definisi diatas dapat diketahui bahwa sebenarnya proses pemasaran itu terjadi atau dimulai sebelum barang-barang diproduksi. Pemasaran bukanlah semata mata untuk mengenalkan barang dan jasa tetapi juga merupakan suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, yaitu untuk merencanakan, seperti menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang kepada pembeli atau konsumen.

##### **b. Konsep Pemasaran**

Tugas pemasaran bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk suatu produk, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan. Konsep pemasaran beranggapan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif daripada pesaing dalam menciptakan, menghantarkan dan

mengkomunikasikan nilai pelanggan yang lebih baik kepada pasar sasaran yang dipilih. Phillips Kotler (2005: 11) menjelaskan perbedaan antara konsep penjualan dan konsep pemasaran:

“Penjualan berfokus pada kebutuhan penjual, pemasaran berfokus pada kebutuhan pembeli. Penjualan didasari oleh kebutuhan penjual untuk mengubah produknya menjadi uang, pemasaran didasari oleh gagasan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan melalui produk dan hal-hal yang berhubungan dengan menciptakan, menghantarkan, dan akhirnya mengkonsumsinya”.

Basu Swastha (2000: 17) juga mendefinisikan konsep pemasaran sebagai berikut :

“Penggunaan konsep pemasaran bagi sebuah perusahaan dapat menunjang berhasilnya bisnis yang dilakukan. Sebagai falsafah bisnis, konsep pemasaran tersebut disusun dengan memasukkan tiga elemen pokok yaitu orientasi konsumen atau pasar atau pembeli, volume Penjualan yang menguntungkan, koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan”.

### **c. Manajemen Pemasaran**

Setiap perusahaan memerlukan manajemen pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memenuhi kebutuhan konsumen. Karena manajemen pemasaran dapat dipandang sebagai seni dan ilmu memilih, untuk mendapatkan, menumbuhkan, dan menjaga pasar yang prosesnya meliputi penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan.

Basu swastha dan Handoko (2008: 4) mengemukakan bahwa:

“Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang diyuju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan”.

## **2. Kualitas Produk**

### **a. Pengertian Kualitas Produk**

Philip Kotler (1997: 70), menyatakan bahwa

“Kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”.

Kualitas produk diciptakan bertujuan memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen merasa puas setelah mengonsumsi produk tersebut. Konsumen yang puas terhadap kualitas produk tertentu cenderung akan selalu mengonsumsi secara berulang-ulang dan enggan untuk mengonsumsi produk lain selama tidak ada produk yang berkualitas lebih baik dari produk tersebut.

Menurut Fandy Tjiptono (1997: 95) menyatakan bahwa:

“Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan”.

Secara garis besar, tawaran produk bisa dikelompokkan menurut berbagai kriteria. Menurut Tjiptono (2008: 7) produk bisa dibedakan menjadi 3 macam, yaitu :

#### **1) Barang Tidak Tahan Lama (*Non-Durable Goods*)**

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Umur ekonomisnya maksimum satu tahun.

#### **2) Barang Tahan Lama (*Durable Goods*)**

Barang tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama atau berumur ekonomis lebih dari satu tahun.

### 3) Jasa (*Service*)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

#### **b. Konsep Kualitas Produk**

Konsumen memiliki sifat cepat bosan terhadap produk-produk yang telah lama mereka konsumsi. Sifat ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mencoba merebut pasar. Karena konsumen yang bosan akan lebih mudah mencoba untuk mengonsumsi produk lain dan jika kualitas atau mutu lebih baik dari produk sebelumnya maka kepuasan konsumen dapat berpindah. Phillips Kotler (2007: 18) menyatakan bahwa:

“Konsumen akan memilih produk yang tersedia dimana-mana dan murah. Manajer dari bisnis yang berorientasi produksi berkonsentrasi pada mencapai efisiensi produksi yang tinggi, biaya rendah dan distribusi massal. Konsumen akan menyukai produk-produk yang menawarkan ciri paling bermutu, berkinerja atau inovatif”.

### **3. Kualitas Pelayanan**

#### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Basu Swasta dan Hani Handoko (2000: 10), mengemukakan bahwa “Layanan adalah kegiatan langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada masa persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut”. Fandy Tjiptono (2002: 51) mendefinisikan kualitas sebagai berikut:

“Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, alam dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.



Terdapat beberapa elemen dari definisi kualitas tersebut yaitu:

- 1) Kualitas meliputi usaha memenuhi kebutuhan
- 2) Kualitas mencakup produk, jasa, manusia dan lingkungan
- 3) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Demikian juga sebaliknya kualitas pelayanan dikatakan jelek apabila pelanggan memperoleh pelayanan yang lebih rendah dari harapan mereka.

#### **b. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan mutu dari suatu perusahaan di mata konsumen. Apabila kualitas yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka hal ini akan menambah tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang dipakai. Menurut Fandy Tjiptono (2000: 70) dimensi kualitas pelayanan yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan sebagai berikut :

##### **1) Bukti Langsung**

*Tangible* adalah faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari segi visual (berhubungan dengan lingkungan fisik). Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi. *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek *tangible* ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan.

##### **2) Keandalan (*reliability*).**

Kemampuan untuk diandalkan dalam menunjukkan layanan yang dijanjikan dengan tanggung jawab dan akurat kepada pelanggannya. *Reliability* berarti perusahaan menepati apa yang dijanjikan, baik mengenai pengantaran,

pemecahan masalah dan harga. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Reliabilitas meliputi dua aspek utama yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal (*right from the first time*), memenuhi janjinya secara akurat dan andal (misalnya, menyampaikan jasa sesuai dengan janji yang disepakati), menyampaikan data (*record*) secara tepat, dan mengirimkan tagihan yang akurat.

### 3) Daya Tanggap (*responsiveness*)

Kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan layanan yang tepat waktu. *Responsivitas* atau daya tanggap, yaitu kesiediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat. Beberapa contoh diantaranya : ketepatan waktu pelayanan, kecepatan menghubungi kembali pelanggan, dan penyampaian pelayanan secara cepat. Dimensi ini menegaskan perhatian dan kecepatan waktu dalam hubungannya dengan permintaan pelanggan, pertanyaan, keluhan dan masalah yang terjadi. Keinginan karyawan membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap, cepat serta memuaskan.

### 4) Jaminan (*assurance*)

Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Dimensi ini mungkin menjadi bagian penting dari layanan dimana pelanggan

merasa aman dan terjamin, bahwa pelanggan akan dilayani oleh karyawan yang memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik tentang produk atau jasa yang dijual oleh produsen. Mencakup pengetahuan, kemampuan kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan, bebas dari bahaya, risiko dan keraguan.

#### 5) Empati (*empathy*)

Empati (*empathy*), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Kemampuan untuk mengerti keinginan pelanggan serta memperhatikan emosi atau perasaan pelanggan dan juga tersedianya perhatian atau atensi untuk para pelanggan. Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen.

### c. Jenis-Jenis Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2006: 121) terdapat berbagai macam kategori atau jenis unsur pelayanan yang diantaranya sebagai berikut:

- 1) Informasi, misalnya jalan / arah menuju lokasi produsen, jadwal penyampaian produk, harga, instruksi, dokumentasi, konfirmasi, reservasi tiket,dll.
- 2) Konsultasi, seperti pemberian saran, konseling pribadi dan konseling manajemen/ teknis.
- 3) *Order taking*/ pemesanan, meliputi aplikasi/pendaftaran keanggotaan tertentu, jasa berbasis kualifikasi, order entry dan reservasi.
- 4) *Hospitality*/ keramah-tamahan, meliputi sambutan, *foods dan beverages*, toilet, perlengkapan kamar mandi, fasilitas menunggu transportasi dan keamanan.
- 5) *Caretaking*, terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang yang dimiliki pembeli yang mereka bawa serta perhatian dan perlindungan atas barang yang dibeli konsumen.
- 6) *Exception*/pengecualian, meliputi permintaan khusus sebelum penyampaian produk, menangani komplain/ pujian/ saran, pemecahan masalah dan restitusi (pengembalian uang kompensasi, dsb).
- 7) *Billing*/ pengajuan rekening, meliputi laporan rekening periodik faktur, untuk transaksi individual, laporan verbal mengenai jumlah rekening.

- 8) Pembayaran dalam bentuk pembayaran swalayan oleh konsumen, konsumen berinteraksi dengan personil perusahaan yang menerima pembayaran, pengurangan otomatis atas rekening konsumen.

#### **4. Kepuasan Konsumen**

Persaingan yang sangat ketat, dengan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus mampu menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan. Karena kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui penyampaian produk berkualitas dengan harga bersaing.

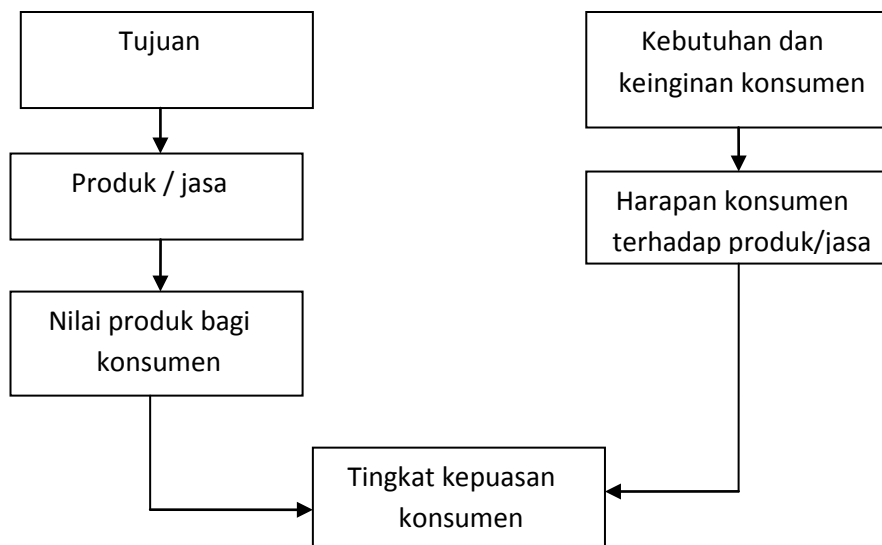
Kepuasan konsumen menurut Phillips Kotler (2005: 70) adalah

“perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan”.

Oleh karena itu mengukur tingkat kepuasan konsumen sangatlah perlu demi kelangsungan perusahaan. Persoalan kualitas jasa dan kepuasan pelanggan jasa, adalah relatif lebih sulit dibandingkan pengukuran pada produk fisik atau barang. Para ahli pemasaran mendefinisikan kepuasan konsumen sebagaimana telah dikutip oleh Fandy Tjiptono (2007: 24) adalah:

- a. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.
- b. Mendefinisikan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.
- c. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.
- d. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dari berbagai definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Konsep kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2007: 25) ini dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Konsep Kepuasan Konsumen

## 5. Mengukur Kepuasan Konsumen

Berikut ini metode-metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen menurut Tjiptono yaitu:

### a. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, komentar, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat yang strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi dan diserahkan langsung maupun yang dikirim via pos tanpa perangko kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa dan lain-lain.

Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif mengakibatkan sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidak pusan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih ke pemasok yang lain dan tidak akan membeli produk perusahaan tersebut lagi. Upaya mendapatkan saran yang bagus dari pelanggan juga sulit diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan imbal balik dan tindak lanjut yang memadai kepada mereka yang telah bersusah payah “berpikir” (menyumbangkan ide) kepada perusahaan.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah mempekerjakan beberapa orang (*Ghost Shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan teman-temannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *Ghost Shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab ‘pertanyaan pelanggan dan menangani keluhan pelanggan. Ada baiknya para manajer terjun langsung menjadi *Ghost Shopper* untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya sedang melakukan penelitian atau penilaian

(misalnya dengan cara menelpon perusahaannya sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan). Bila mereka tahu sedang dinilai, tentu saja perilaku mereka akan menjadi sangat “manis”.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survey, baik dengan survey melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Menurut Fandy Tjiptono Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat seperti berikut: “Hubungan antara perusahaan dan bagi pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Fandy Tjiptono, 2007: 24).

## **6. Komponen Kepuasan Konsumen**

Seperti yang telah dikemukakan di atas bahwa ada banyak pengertian kepuasan konsumen. Menurut Giese & Cote (2000: 55) sekalipun banyak definisi

kepuasan konsumen, namun secara umum tetap mengarah kepada tiga komponen utama, yaitu:

a. Respon (Tipe dan intensitas)

Kepuasan konsumen merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intensitas responnya mulai dari sangat puas dan menyukai produk sampai sikap yang apatis terhadap produk tertentu.

b. Fokus

Fokus pada performansi objek disesuaikan pada beberapa standar. Nilai standar ini secara langsung berhubungan dengan produk, konsumsi, keputusan berbelanja, penjual dan toko.

c. Waktu Respon

Respon terjadi pada waktu tertentu, antara lain setelah konsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif. Durasi kepuasan mengarah kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.

## **7. Ciri-Ciri Konsumen Yang Puas**

Kotler (2000: 57) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

a. Loyal Terhadap Produk

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.

b. Adanya Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Yang Bersifat Positif

Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.



- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain

Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

## **8. Elemen Kepuasan Konsumen**

Wilkie (1994: 27) menyatakan bahwa terdapat 5 elemen dalam kepuasan konsumen yaitu :

- a. *Expectations*

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

- b. *Performance*

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

- c. *Comparison*

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

d. *Confirmation/Disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merk dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. *Confirmation* terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. sebaliknya *disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation / disconfirmation*.

## 9. Tipe-Tipe Kepuasan Dan Ketidakpuasan Konsumen

Sumarwan (2003: 66) menerangkan teori kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terbentuk dari model diskonfirmasi ekspektasi, yaitu menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan sesungguhnya yang diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut. Harapan pelanggan saat membeli sebenarnya mempertimbangkan fungsi produk tersebut (*product performance*). Fungsi produk antara lain:

- a. Produk dapat berfungsi lebih baik dari yang diharapkan, disebut diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*). Bila hal ini terjadi maka pelanggan akan merasa puas.
- b. Produk dapat berfungsi seperti yang diharapkan, disebut konfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak memberi rasa puas dan produk tersebut tidak mengecewakan sehingga pelanggan akan memiliki perasaan netral.
- c. Produk dapat berfungsi lebih buruk dari yang diharapkan, disebut diskonfirmasi negatif (*negatif disconfirmation*). Bila hal ini terjadi maka akan menyebabkan kekecewaan, sehingga pelanggan merasa tidak puas.

## **10. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Lupiyoadi (2001: 34) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

- a. **Kualitas Produk**  
Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya (Montgomery dalam Lupiyoadi, 2001: 34). Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.
- b. **Kualitas Pelayanan**  
Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- c. **Emosional**  
Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.
- d. **Harga**  
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- e. **Biaya**  
Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi (2001: 33) salah satunya adalah kualitas produk. Produk dikatakan berkualitas jika terpenuhi harapan konsumen berdasarkan kinerja aktual produk. Harapan ini bertumpu pada citra produk (Wulansari, 2007: 42). Selanjutnya citra produk merupakan komponen dalam citra merek (Simamora, 2002: 55).

## **11. Restoran**

Soekresno (2000: 16) menyatakan bahwa

“Restoran adalah usaha komersial yang melayani jasa makanan maupun minuman untuk umum yang dikelola secara profesional”.

Tujuan dari oprasional restoran adalah untuk mencari keuntungan dan membuat puas para konsumen, pengunjung yang datang biasanya mempunyai

tujuan dan maksud yang berbeda-beda (hanya sekedar makan, minum atau bersantai). Tapi pada umumnya mereka datang karena ingin bersantap untuk memenuhi kebutuhan pangan mereka.

Restoran menurut Marsum (2005: 7) adalah

“Suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman”.

Dari definisi tersebut dapat didefinisikan bahwa restoran selain merupakan tempat untuk menikmati makanan dan minuman, juga merupakan tempat untuk memperoleh penyegaran melalui pelayanan dan suasana ruang. Karena itu, restoran kemudian memiliki jenis yang bermacam-macam, dapat dilihat dari sistem pelayanan, makanan yang disajikan dan suasana ruangan.

#### **a. Klasifikasi Restoran**

Klasifikasi restoran dari segi pelayanan dan sistem penyajiannya adalah sebagai berikut:

##### **1) Restoran Formal**

Restoran formal adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan pelayanan yang eksklusif, ciri-ciri dari restoran formal adalah sebagai berikut:

- a) Penerimaan pelanggan dengan system pesan tempat terlebih dahulu
- b) Para pelanggan terikat dengan menggunakan pakaian formal
- c) Menu pilhan yang disediakan adalah menu klasik/menu eropa populer
- d) Sistem penyajian yang dipakai adalah *russian service/french service* atau modifikasi dari kedua *table service* tersebut.
- e) Disediakan ruangan *cocktail* selain ruangan jamuan makan digunakan sebagai tempat untuk minum minuman yang beralkohol sebelum santap makan.
- f) Dibuka untuk pelayanan makan malam atau makan siang atau untuk makan siang malam, tetapi tidak menyediakan makan pagi.
- g) Menyediakan berbagai merk minuman secara lengkap khususnya *wine* dan *campagne* dari berbagai negara penghasil wine di dunia.
- h) Menyediakan hiburan hiburan musik hidup dan tempat untuk melantai dengan suasana romantis dan eksklusif

- i) Harga makanan dan minuman relatif tinggi dibanding harga makanan dan minuman di restoran informal
- j) Penataan bangku dan kursi memiliki area service yang lebih luas untuk dapat dilewati *gueridon*.
- k) Tenaga relatif banyak dengan standar kebutuhan satu pramusaji untuk melayani 4-8 pelanggan.

## **2) Restoran Informal**

Restoran informal adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan lebih mengutamakan kecepatan pelayanan, kepraktisan dan percepatan frekuensi yang silih berganti pelanggan. Berikut ini ciri-ciri restoran informal:

- a) Harga makanan dan minuman relatif murah
- b) Penerimaan pelanggan tanpa sistem pemesanan tempat
- c) Para pelanggan yang datang tidak terikat untuk mengenakan pakaian formal
- d) Sistem penyajian makan dan minuman yang dipakai *american service/ready plate* bahkan *self service* ataupun *counter service*
- e) Tidak menyediakan hiburan musik hidup
- f) Penataan meja dan bangku cukup rapat antara yang satu dengan yang lain
- g) Daftar menu oleh pramusaji tidak dipresentasikan kepada pelanggan namun dipampang di *counter/langsung* di setiap meja makan untuk mempercepat proses pelayanan
- h) Menu yang disediakan sangat terbatas dan membatasi menu-menu yang relatif cepat selesai dimasak
- i) Jumlah tenaga service relatif sedikit dengan standar kebutuhan, satu pramusaji melayani 12-16 pelanggan.

## **3) Specialties Restaurant**

*Specialties restaurant* adalah industri pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan menyediakan makanan khas dan diikuti dengan sistem penyajian yang khas dari suatu negara tertentu (Soekresno 2000: 17), ciri-cirinya adalah sebagai berikut :

- a) Menyediakan sistem pemesanan tempat.
- b) Menyediakan menu khas suatu negara tertentu, populer, dan disenangi banyak pelanggan secara umum.
- c) Sistem penyajian disesuaikan dengan budaya negara asal dan dimodifikasi dengan budaya internasional.
- d) Hanya dibuka untuk menyediakan makan siang dan atau makan malam.
- e) Menu *ala carte* dipresentasikan oleh pramusaji kepada pelanggan.
- f) Biasanya menghadirkan music/hiburan khas negara asal.

- g) Harga makanan relatif tinggi dibanding dengan restoran informal dan lebih rendah dibanding restoran formal.
- h) Jumlah tenaga service sedang, dengan standar kebutuhan 1 pramusaji melayani 8-12 pelanggan.

## **12. Gambaran Umum nDalem Ngabean Resto**

nDalem Ngabean Resto adalah sebuah industri yang bergerak dalam bidang kuliner yang terletak di pusat kota Yogyakarta dan berada di dalam lingkungan Kraton atau disebut juga di “Njeron Beteng”. Restoran tersebut beralamat di jalan Ngadisuryan No. 6 Yogyakarta, tepatnya di sebelah barat Alun-Alun Selatan Yogyakarta yang terkenal dengan permainan “masangin” atau berjalan diantara dua pohon beringin yang berada di tengah alun-alun dengan mata tertutup dan dipercaya apabila dapat masuk konon doa yang diminta akan dikabulkan. Tempat tersebut merupakan peninggalan salah satu putra Sri Sultan Hamengkubuwono VII yaitu Gusti Pangeran Hangabehi.

nDalem Ngabean Resto menyajikan berbagai macam hidangan makanan tradisional yang dikemas dengan konsep *Lunch Buffet* dan *Fine Dining (on request)*. nDalem Ngabean Resto mengusung nuansa tradisional yang didukung dengan suasana lingkungan kraton yang kental dengan adat jawa. Bangunan artistik khas kraton didukung dengan bermacam-macam furnitur peninggalan jaman Belanda menambah keanggunan pengunjung dalam menikmati hidangan kegemaran Sri Sultan Hamengku Buwono VII sampai Sri Sultan Hamengku Buwono X, serta berbagai hidangan keluarga Kraton Yogyakarta lainnya. Visi dan Misi nDalem Ngabean Resto yaitu:

### **Visi**

Menciptakan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan dan fasilitas lingkungan yang nyaman, aman dan menarik yang selalu diminati masyarakat.

## Misi

Restoran dengan nuansa kraton dan produk yang unggul, meningkatkan kesejahteraan sosial bagi masyarakat sekitarnya berperan ikut membantu pemerintah dalam meningkatkan pariwisata dan pendapatan daerah.

### a. Kapasitas Restoran dan Karyawan

Kapasitas nDalem Ngabean Resto hanya untuk 300 orang tamu apabila *setting table*, sedangkan untuk *standing party* nDalem Ngabean dapat menampung 1000 tamu. Apabila ada pesanan tamu yang cukup banyak biasanya nDalem Ngabean Resto mendatangkan TB (Tenaga Bantuan) dari luar yang biasanya diambil dari siswa SMK atau mahasiswa jurusan tata boga atau jurusan lain yang masih berhubungan dengan bidang restoran. Untuk 100 tamu domestik dibutuhkan tenaga bantuan sejumlah 2 orang, sedangkan untuk tamu asing dibutuhkan tenaga bantuan sejumlah 4 orang karena tamu asing biasanya memesan minuman.

Setiap hari atau setiap ada *event* seorang kepala atau captain waiter harus melakukan perencanaan yang berkaitan dengan operasional restoran. Perencanaan tersebut misalnya merencanakan *setting table* yang akan diset pada hari tertentu sesuai jumlah tamu *reserved*. Selain itu *captain waiter* dibantu *waiter/ess* merencanakan alat-alat apa saja yang digunakan dalam suatu acara makan malam atau makan siang. Alat tersebut meliputi alat hidang dan alat makan. Untuk melayani tamu yang jumlahnya cukup banyak, maka diperlukan tenaga bantuan. Jumlah tenaga bantuan yang dibutuhkan juga perlu direncanakan oleh seorang captain *waiter* dan *waiter/ess*.

## **b. Pelayanan di nDalem Ngabean Resto**

nDalem Ngabean Resto menggunakan system pelayanan yang disebut *Self Service* kepada para tamunya dimana tamu diharuskan mengambil sendiri makanan yang diinginkan dimulai dari mengambil peralatan makan (*dinner plate*) dibarisan pertama, kemudian nasi, sayur dan lauk dibarisan selanjutnya.

Tamu membayar hanya dengan satu harga untuk semua jenis makanan yang disajikan. Tamu diperbolehkan bolak-balik ke meja *buffet* mengambil makanan sepuasnya. Pelayanan *buffet* dapat dikatakan suatu jenis pelayanan makanan yang cukup populer dan dapat dilaksanakan pada waktu makan pagi, makan siang maupun makan malam, dan dapat menampung tamu sekaligus dalam jumlah banyak akan tetapi perlu juga diketahuibahwa dibandingkan dengan jenis pelayanan makanan yang lain, jenis pelayanan *buffet* dapat dikatakan membutuhkan biaya produksi yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan biaya pengolahan dan dekorasi yang banyak menggunakan variasi bahan makanan, serta membutuhkan waktu yang cukup lama untuk persiapan *buffet*, kemungkinan dapat diimbangi atau dapat dikurangi dengan rendahnya biaya tenaga kerja, dimana pada waktu pelayanan *buffetrelative* tidak diperlukan terlalu banyak waiter. Langkah-langkah yang dilakukan waiter dalam pelayanan *buffet* :

### **1) Table Set Up**

*Table set up dilakukan oleh para waiter, para waiter harus menyiapkan peralatan makan, termasuk linen, piring, gelas dan silverware, dan menata meja dan perlengkapan buffet. Adapun alat makan dan aksesoris tersebut antara lain soup dan dinner spoon, dinner knife, dinner fork, dessrt spoon, tisu napkin dan astray.*



## 2) *Taking Order*

Memberikan penjelasan tentang menu makanan dan minuman.

## 3) *Kontrol Buffet*

Waiter bertanggung jawab mengecek meja *buffet* apakah sudah lengkap atau belum.

## 4) Melayani Tamu

Di dalam melayani tamu berikut ini alur kerja yang biasanya dilakukan *waiter* di nDalem Ngabean Resto

- a) *Greeting* sambil memberikan handuk basah
- b) Mengantar tamu ketempat duduk
- c) Mempersilahkan tamu duduk
- d) Menawarkan minuman
- e) Mencatat pesanan minuman tamu
- f) Jika tamu tidak memesan minuman maka *waiter* memberikan air putih
- g) Mempersilahkan tamu menikmati hidangan *buffet*
- h) *Clear up*
- i) *Kontrol buffet*
- j) Memberikan tagihan kepada tamu
- k) Mengantar tamu keluar

## 5) *Polishing*

Setelah restoran tutup maka *waiter* juga bertanggungjawab mengelap semua alat hidang dan alat makan.

## **B. Penelitian yang Relevan**

1. Gita Ayushinta (2013) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Mbok Berek

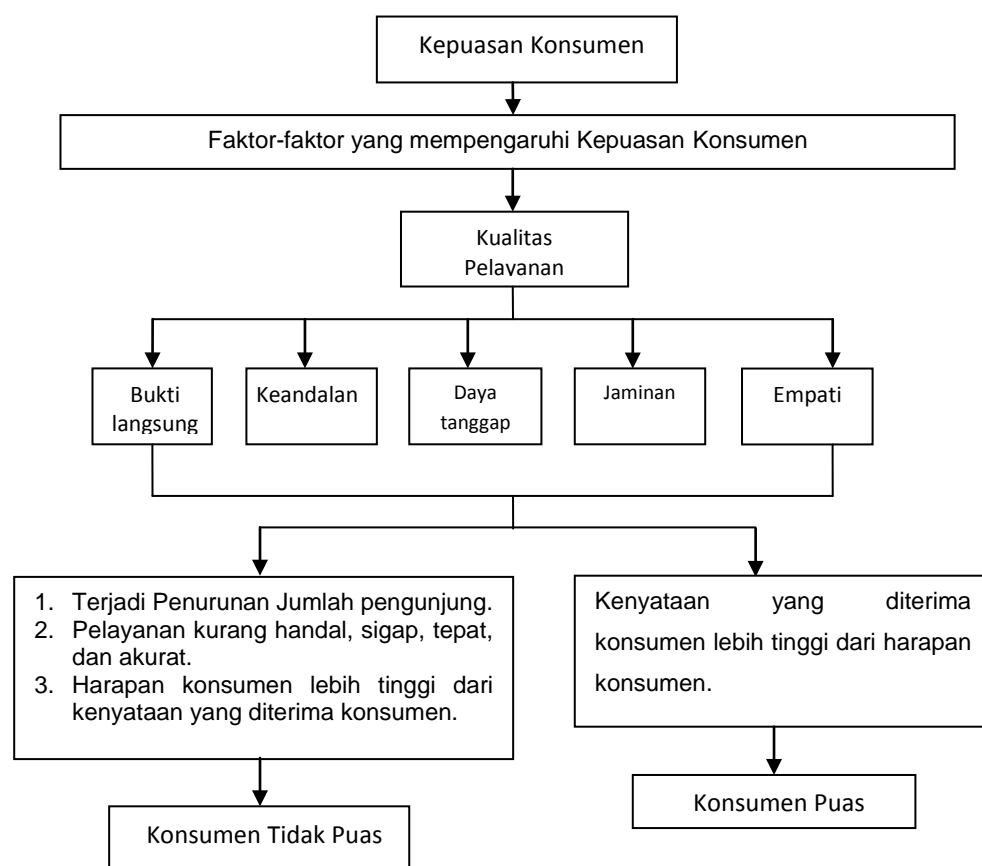
Brebes, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dari uji statistik uji t diperoleh nilai hitung  $t > t_{tabel}$  sebesar  $(4,708 > 1,980)$  dengan nilai signifikansi 0,000 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ) dan koefisien regresi sebesar 0,219 mempunyai nilai positif, hal tersebut membuktikan terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin tinggi atau baik kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Makan Ayam Goreng Mbok Berek Brebes, maka kepuasan konsumen juga semakin tinggi.

2. Rico Palaguna (2012) dengan judul “Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Restaurant Famili Di Medan”, Rumah makan Famili berdiri pada tanggal 28 Februari 1973 di jalan Sisingamangaraja dan merupakan salah satu rumah makan terbesar di medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Restoran Famili di Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan metode analisis regresi linear sederhana. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen restaurant Famili medan yang telah melakukan pembelian lebih dari sekali, dengan menggunakan metode *Proportionate Stratified Random Sampling* dengan jumlah sampel 10% dari jumlah populasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen Kualitas produk, Pelayanan, dan Dimensi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restaurant Famili Di Medan.
3. Widya Ika Erfiana (2010) Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Jepang Saboten Shokudo Malang. Hasil penelitian

diperoleh kualitas pelayanan yang terdiri dari lima variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Urutan variabel yang paling berpengaruh adalah variabel *tangibles* (bukti fisik), *responsiveness* (ketanggapan), *emphaty* (perhatian), *assurance* (jaminan), dan *reliability* (kehandalan). Pihak manajemen restoran perlu mempertahankan ruangan restoran agar tetap terlihat bersih dan nyaman dikunjungi supaya nilai kepuasan pada indikator ini tetap dinilai baik oleh konsumen. Selain itu, pihak restoran juga perlu memperhatikan dan membekali karyawan dengan informasi mengenai menu restoran agar dapat meningkatkan nilai kehandalan

### C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan landasan teori, maka kerangka berpikir penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Alur Pemikiran

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya diukur melalui kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Jika kelima aspek tersebut terpenuhi, maka dapat diasumsikan para konsumen terpenuhi semua harapannya, sehingga kepuasan konsumen akan tercapai. nDalem Ngabean Resto sendiri sudah menerapkan manajemen dalam menjalankan usahanya dengan baik, akan tetapi upaya nDalem Ngabean Resto tersebut tidak diimbangi dengan peningkatan jumlah konsumen yang berkunjung. Faktanya, terjadi penurunan pengunjung di nDalem Ngabean Resto dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Maka dari itu, penelitian ini diharapkan dapat mengetahui kepuasan konsumen dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto.

#### **D. Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto?
2. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto?

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Berdasarkan metodenya, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Menurut Saifuddin Azwar (2004: 06) Penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk difahami dan disimpulkan. Kesimpulan yang diberikan selalu jelas dasar faktualnya sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan langsung pada data yang diperoleh. Uraian kesimpulan didasari oleh angka yang diolah tidak secara terlalu dalam. Kebanyakan pengolahan datanya didasarkan pada analisis persentase dan analisis kecenderungan (*trend*). Penelitian ini berusaha menggambarkan situasi atau kejadian. Data yang dikumpulkan semata-mata bersifat deskriptif sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi, maupun mempelajari implikasi.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di nDalem Ngabean Resto, Jl. Ngadisuryan No. 6 Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2013 sampai dengan bulan Februari 2015.

#### **C. Subyek Penelitian**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek dan objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga

bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek yang diteliti (Sugiyono, 2013 : 117). Populasi dalam penelitian ini adalah semua tamu domestik yang datang ke nDalem Ngabean Resto sebanyak 653 konsumen periode tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.

## 2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2013: 118) adalah sebagian dari jumlah data yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2010: 174), sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel Insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan / insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013: 124 ), jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen domestik yang kebetulan datang dan bertemu dengan peneliti di nDalem Ngabean Resto. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan, berdasarkan rumus Slovin dikutip oleh Husein Umar (2005: 108), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N= jumlah populasi

e = *sampling error* (10%)

Dalam penelitian ini jumlah populasi pelanggan dengan batas kesalahan yang diinginkan adalah 10%, diketahui jumlah rata-rata pelanggan di nDalem

Ngabean Resto setiap bulannya dalam kurun waktu 3 tahun yaitu 653 pelanggan, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{653}{1 + 653.0,01}$$

$$n = \frac{653}{7,5}$$

$$n = 87,07 \text{ dibulatkan menjadi } 90$$

Jadi, sampel dalam penelitian ini adalah konsumen domestik yang kebetulan datang dan bertemu dengan peneliti di nDalem Ngabean Resto sebanyak 90 orang. Konsumen domestic dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini karena jumlah pengunjung domestik cenderung lebih banyak dari pada jumlah pengunjung asing, selain itu konsumen domestik lebih mengetahui karakteristik restoran yang berada di kota Yogyakarta dari pada konsumen asing.

#### **D. Definisi Operasional Variabel**

Endang Mulyatiningsih (2011: 02), mengatakan bahwa “variabel adalah sebuah karakteristik yang terdapat pada individu atau benda yang menunjukkan adanya perbedaan (variasi) nilai atau kondisi yang dimiliki”. Saifuddin Azwar (2004: 32) mengungkapkan bahwa “variabel dapat berupa apapun juga yang variasinya perlu kita perhatikan agar kita dapat mengambil kesimpulan mengenai fenomena yang terjadi, kemudian bagi setiap variabel yang telah diidentifikasi perlu dilakukan opsionalisasi, yaitu merumuskan definisi variabel secara opsional sehingga dapat diukur”.

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas performa produk untuk memenuhi harapan konsumen. Salah satu alat ukur kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Indikator kualitas pelayanan yang digunakan

untuk mengukur kepuasan konsumen meliputi dimensi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (Fandy Tjiptono, 2000: 65).

Dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan itu sendiri meliputi :

1. *Tangibles*, merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari segi visual (berhubungan dengan lingkungan fisik) bukti fisik tersebut meliputi fasilitas, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi, seperti misalnya penataan ruang yang rapi, ruang gerak yang luas, fasilitas toilet yang memadai, perlengkapan makanan yang lengkap dan penampilan karyawan yang rapi dan bersih.
2. *Reliability*, yakni kehandalan yang dimiliki karyawan dalam melayani pelanggan, reliability ini memiliki dua aspek utama yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal, (*right from the first time*), memenuhi janjinya secara akurat dan andal, seperti misalnya karyawan yang selalu sigap dan cepat melayani tamu, tamu akan menerima pesannya tanpa menunggu lama, karyawan menguasai menu yang ada di restoran.
3. *Responsiveness*, Daya tanggap karyawan, yakni kecekatan karyawan dalam melayani pelanggan, karyawan harus mempunyai kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan pelayanan tepat waktu, dan segera menangani keluhan pelanggan.
4. *Assurance*, yakni jaminan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan meliputi jaminan kebersihan produk, cita rasa, dll. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau



masalah pelanggan. Hal tersebut berarti juga pelanggan harus merasa aman dan terjamin, bahwa pelanggan akan dilayani oleh karyawan yang memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik tentang produk dan jasa yang dijual oleh produsen, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan, bebas dari bahaya, risiko dan keraguan.

5. *Empathy*, berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan. Kemampuan untuk mengerti keinginan pelanggan serta memperhatikan perasaan pelanggan.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah metode-metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data. Untuk memperoleh data yang obyektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah diperlukan metode yang mampu mengungkapkan data sesuai dengan pokok permasalahan. Untuk mendapatkan informasi yang valid maka diperlukan suatu teknik pengumpulan data yang tepat. Suharsimi Arikunto (2010: 193) mengatakan bahwa “mengumpulkan data adalah mengamati variabel yang akan diteliti dengan metode *interview*/wawancara, tes observasi, kuisioner dan dokumentasi”. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket.

Suharsimi Arikunto (2006: 128) angket merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi pertanyaan tersebut memberi respon sesuai dengan permintaan pengguna. Menurut cara menjawabnya angket dibedakan menjadi dua angket terbuka dan tertutup, disebut angket terbuka apabila responden diberi kesempatan untuk

menjawabnya dengankalimat sendiri, dan angket tertutup apabila responden tinggal memilih jawaban yang tersedia. Yang termasuk dalam angket tertutup ini adalah angket pilihan ganda, isian, *check list*, dan *rating scale*. Angket yang ditujukan kepada para tamu di nDalem Ngabean Resto dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di nDalem Ngabean Resto.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengungkapkan dan mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis (Suharsimi Arikunto, 2010: 203). Untuk menjangkau data dalam penelitian ini menggunakan metode angket karena metode ini dapat mengungkapkan pendapat, persepsi dan tanggapan responden terhadap suatu permasalahan dan obyektifitas responden akan tetap terjaga meskipun dalam jumlah besar.

Angket ini berisi pernyataan untuk diberi tanggapan oleh subyek peneliti yang disusun berdasarkan konstruksi teoritik yang telah disusun sebelumnya, kemudian dikembangkan ke dalam indikator-indikator dan selanjutnya dijabarkan menjadi butir pernyataan, sedangkan pengukurannya menggunakan skala *Likert*. Tipe jawaban yang digunakan adalah bentuk *check list* (✓). Alternatif jawaban yang diberikan yaitu berupa angka, Sangat Setuju (5), Setuju (4), Kurang Setuju (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1). Pemberian Skor pada item dapat dilihat pada Tabel 1:

Tabel 1 . Skor Jawaban dan Kriteria Penilaian

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Adapun kisi-kisi yang digunakan untuk memperoleh data peneliti dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Konsumen terhadap pelayanan di nDalem Ngabean Resto.

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item Soal
Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di nDalem Ngabean Resto	Bukti langsung	a. Kenyamanan ruang pelayanan	1, 2, 3
		b. Ketersediaan fasilitas (toilet dan wastafel)	4, 5
		c. Penampilan karyawan	6, 7, 8
		d. Ketersedianya peralatan makan	9, 10
	Keandalan	a. Kecepatan petugas dalam pelayanan	11, 12, 13
		b. Pengetahuan karyawan dalam pelayanan	14, 15, 16
		c. Kemampuan dalam pengolahan menu	17, 18
	Daya tanggap	a. Kesiadaannya melayani pelanggan secara cepat dan tepat	19, 20, 21, 22
		b. Penanganan keluhan	23, 24
	Jaminan	a. Rasa aman dan nyaman	25, 26
		b. Kebersihan dan kualitas produk	27, 28, 29, 30, 31
	Empati	c. Pengetahuan dan kecakapan karyawan	32, 33
		a. Petugas yang profesional	34, 35
		b. Memberikan layanan tanpa melihat status maupun kedudukan	36, 37
		c. Memahami kondisi pelanggan	38, 39

## G. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukuran yang menyatakan hasil pengukuran atau

pengamatan yang ingin di ukur (Saifuddin Azwar, 2007: 5). Suharsimi Arikunto (2006: 168) menyatakan validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila memiliki validitas yang tinggi. Begitu juga sebaliknya suatu instrumen dikatakan kurang valid apabila memiliki validitas yang rendah. Selain itu, menurut Sugiyono (2010: 121) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 212) terdapat dua macam validitas yaitu validitas logis dan validitas empiris dibagi menjadi dua yaitu validitas konstruk dan validitas isi. Validitas dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan teknik pengujian validitas konstruk, karena instrumen penelitian disusun berdasarkan teori yang relevan dan dirancang dengan menggunakan kisi-kisi instrumen yang dikonsultasikan kepada dosen pembimbing sebagai ahli (*expert judgement*), kemudian diuji cobakan dan dianalisis dengan analisis butir.

Teknik uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan menggunakan fasilitas *Computer Program SPSS For Windows Seri 16.0*. Hasil korelasi dalam uji ini dapat dilihat pada output *Item-Total Statistic* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*, nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah responden sebanyak 30 konsumen, maka diperoleh r tabel sebesar 0,361. Menurut Sugiyono (2013: 179) bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan  $\geq 0,361$  maka faktor tersebut memiliki *construct* yang kuat

dan memiliki validitas yang baik. Sebaliknya apabila korelasi tiap faktor tersebut  $\leq 0,361$  maka butir instrumen itu tidak valid.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas mengacu kepada keterpercayaan hasil ukur yang mengandung makna kecermatan pengukuran (Saifuddin Azwar, 2007: 4). Sama halnya dengan Suharsimi Arikunto (2006: 178) mengatakan bahwa reliabilitas adalah tingkat keterandalan atau terpercayanya suatu instrumen. Setiap alat pengukuran seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relatif konsisten dari waktu ke waktu.

Reliabilitas instrumen merupakan derajat keajegan skor yang diperoleh oleh subjek penelitian dengan instrument yang sama dalam kondisi yang berbeda. Dalam penelitian ini rumus yang digunakan untuk mencari reliabilitas alat ukur tentang minat dan motivasi belajar adalah dengan *Alpha cronbach*. Reliabilitas dianggap memuaskan apabila koefisiennya mencapai 0.600, namun demikian, terkadang suatu koefisien yang tidak setinggi itu masih bisa digunakan bersama-sama dengan skala lain dalam suatu perangkat pengukuran (Saifuddin Azwar, 2007).

Saifuddin Azwar (2007: 83) menjelaskan bahwa reliabilitas instrumen dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berkisar 0 sampai 1.00, dalam hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi koefisien reliabilitasnya mendekati 1,00 maka semakin tinggi reliabilitasnya. Sebaliknya jika koefisiennya reliabilitas mendekati 0 maka semakin rendah reliabilitasnya. Reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui derajat keajegan skor yang diperoleh oleh subjek penelitian dengan menggunakan instrumen yang sama dalam waktu dan kondisi yang berbeda. Sugiyono (2010: 257) juga

memberikan interpretasi koefisien korelasi dari reliabilitas instrumen yang telah diketahui validitasnya. Interpretasi tersebut yaitu :

Tabel 3. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval koefisien $r_{hitung}$	Interpretasi
0,80 – 1,000	Reliabilitas sangat kuat
0,60 – 0,799	Reliabilitas kuat
0,40 – 0,599	Reliabilitas sedang
0,20 – 0,399	Reliabilitas rendah
0,00 – 0,199	Reliabilitas sangat rendah

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dimaksudkan untuk mencari jawaban atas pertanyaan penelitian atau tentang permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Menurut Bogdan yang dikutip oleh Sugiyono (2009: 244), analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistimatis data yang diperoleh dari hasil angket, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat dinformasikan kepada oranglain. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dengan menggunakan diagram kartesius. Menurut Sugiyono (2009: 29) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Diagram kartesius merupakan suatu diagram yang dibagi atas empat bagian yang dibagi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik  $\bar{X}$ ,  $\bar{Y}$ .  $\bar{X}$  merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kenyataan yang diterima konsumen, dan  $\bar{Y}$  adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan konsumen terhadap seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana: X merupakan tingkat kinerja nyata atau kenyataan yang diterima konsumen dari penyedia jasa, sedangkan Y merupakan tingkat harapan konsumen. Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius. Sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kenyataan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Kemudian seluruh hasil perhitungan dimasukkan dalam salah satu dari kuadran baik itu A, B, C, dan D. Rumus yang digunakan untuk menentukan kuadran tersebut menurut Supranto (2001: 242) adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan :

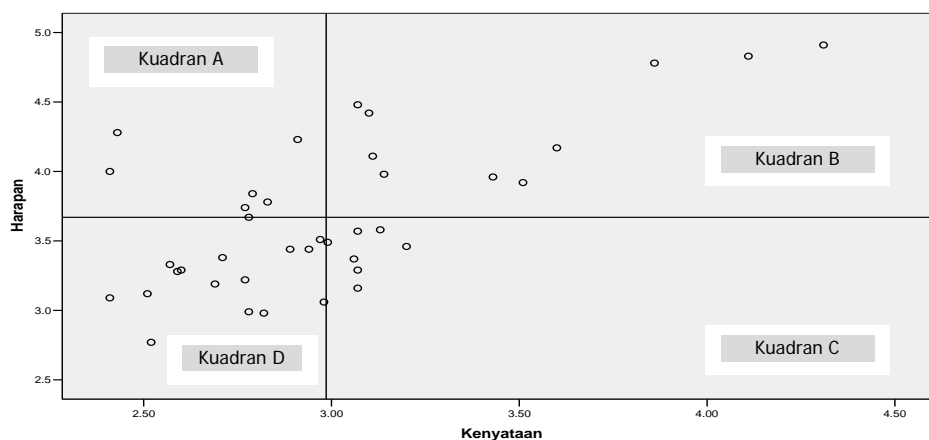
K = Banyaknya item pertanyaan

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kenyataan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat harapan konsumen (pasien)

n= Jumlah responden

Berikut penggambaran dari diagram kartesius yang akan digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut.



Gambar 3. Skema Diagram Kartesius

Berikut penjelasan permasing-masing kuadran pada diagram kartesius, yaitu:

### **1. Kuadran A**

Kuadran A menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, akan tetapi tingkat pelaksanaannya dianggap masih belum memuaskan pelanggan.

### **2. Kuadran B**

Kuadran B menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam kuadran B perlu mempertahankan kualitas pelayanan dan jasa yang sudah diberikan kepada pelanggan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan.

### **3. Kuadran C**

Kuadran C menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan dianggap masih kurang penting bagi pelanggan, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa saja.

### **4. Kuadran D**

Kuadran D menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik, sehingga sangat memuaskan konsumen.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Deskripsi Lokasi Penelitian**

nDalem Ngabean Resto adalah sebuah industri yang bergerak dalam bidang kuliner yang terletak di pusat kota Yogyakarta dan berada di dalam lingkungan Kraton atau disebut juga di “Njeron Beteng”. Restoran tersebut beralamat di jalan Ngadisuryan No. 6 Yogyakarta, tepatnya di sebelah barat alun-alun Selatan Yogyakarta yang terkenal dengan permainan “masangin” atau berjalan di antara dua pohon beringin yang berada di tengah alun-alun dengan mata tertutup dan dipercaya apabila dapat masuk konon doa yang diminta akan dikabulkan. Tempat tersebut merupakan peninggalan salah satu putra Sri Sultan Hamengkubuwono VII yaitu Gusti Pangeran Hangabehi.

nDalem Ngabean Resto menyajikan berbagai macam hidangan makanan tradisional yang dikemas dengan konsep *Lunch Buffet* dan *Fine Dining (on request)*. nDalem Ngabean Resto mengusung nuansa tradisional yang didukung dengan suasana lingkungan kraton yang kental dengan adat jawa. Bangunan artistik khas kraton didukung dengan bermacam-macam furnitur peninggalan jaman Belanda menambah keanggunan pengunjung dalam menikmati hidangan kegemaran Sri Sultan Hamengku Buwono VII sampai Sri Sultan Hamengku Buwono X, serta berbagai hidangan keluarga Kraton Ygyakarta lainnya.

##### **2. Deskripsi Karakteristik Responden**

Analisis deskriptif karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik yang ditinjau dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi berkunjung. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut.

#### a. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel di bawah.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	36	40,00
Perempuan	54	60,00
Jumlah	90	100,0

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 36 orang (40,0%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 54 orang (60,0%). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang berkunjung ke nDalem Ngabean Resto berjenis kelamin perempuan sebesar 60,0%.

#### b. Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
20-25 Tahun	13	14,44
26-30 Tahun	21	23,33
30-35 Tahun	20	22,22
36-40 Tahun	14	15,56
40-45 Tahun	17	18,89
> 45 Tahun	15	15,0
Jumlah	90	100,0

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berusia antara 20-25 tahun yakni sebanyak 13 orang (14,44%), responden yang berusia antara 26-30 tahun yakni sebanyak 21 orang (23,33%), responden yang berusia antara 30-35 tahun yakni sebanyak 20 orang (22,22%), responden yang berusia antara 36-40 tahun yakni sebanyak 14 orang (15,56%), responden yang

berusia antara 40-45 tahun yakni sebanyak 17 orang (18,89%), dan responden yang berusia lebih dari 45 tahun yakni sebanyak 17 orang (18,89%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang berkunjung ke nDalem Ngabean Resto berusia antara 26-30 tahun yakni sebesar 23,33%.

### c. Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pengusaha/Wiraswasta	19	21,11
PNS	14	15,56
Karyawan	21	23,33
Ibu Rumah Tangga	17	18,89
Pensiunan	4	4,44
Mahasiswa	15	16,67
Jumlah	90	100,0

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berstatus sebagai pengusaha/wiraswasta sebanyak 19 orang (21,11%), responden dengan pekerjaan sebagai PNS sebanyak 14 orang (15,56%), responden dengan pekerjaan sebagai karyawan sebanyak 21 orang (23,33%), responden dengan pekerjaan sebagai Ibu rumah tangga sebanyak 17 orang (18,89%), responden dengan pekerjaan sebagai pensiunan sebanyak 4 orang (4,44%), dan responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 15 orang (16,67%). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang berkunjung ke nDalem Ngabean Resto bekerja sebagai karyawan sebesar 23,33%.

#### d. Frekuensi Kunjungan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan frekuensi kunjungan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Frekuensi Kunjungan	Frekuensi	Persentase (%)
1 kali	39	43,33
2 kali	27	30,00
3 kali	13	14,45
≥ 3 kali	11	12,22
Jumlah	90	100,0

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan frekuensi kunjungan 1 kali sebanyak 39 orang (43,33%), responden dengan frekuensi kunjungan 2 kali sebanyak 27 orang (30,00%), responden dengan frekuensi kunjungan 3 kali sebanyak 13 orang (14,45%), dan responden dengan frekuensi kunjungan lebih dari 3 kali sebanyak 11 orang (12,22%). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berdasarkan frekuensi kunjungan mayoritas 1 kali kunjungan sebesar 43,33%.

Jadi, dapat di tarik kesimpulan bahwa responden yang berkunjung ke nDalem Ngabean Resto mayoritas berjenis kelamin perempuan sebesar 60,0%; berusia antara 26-30 tahun yakni sebesar 23,33%; bekerja sebagai karyawan sebesar 23,33%; dan frekuensi kunjungan mayoritas 1 kali kunjungan sebesar 43,33%.

### 3. Deskripsi Data Penelitian

Data hasil penelitian terdiri dari satu variabel tunggal yaitu variabel tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di nDalem Ngabean Resto. Pada bagian ini akan digambarkan atau dideskripsikan dari data variabel yang telah diolah dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), *median*, *modus*, dan standar deviasi. Selain itu juga disajikan tabel distribusi frekuensi dan diagram batang dari

distribusi frekuensi masing-masing variabel. Berikut ini penggambaran hasil analisa data secara deskriptif melalui bantuan program SPSS versi 13.00 *for windows*.

**a. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di nDalem Ngabean Resto Berdasarkan Pernyataan Pada Indikator**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat dilihat dalam pembuatan diagram kartesius yang memiliki koordinat masing-masing titik yang ditentukan oleh nilai rata-rata masing-masing skor butir pernyataan pada kenyataan dan harapan konsumen. Sedangkan titik-titik ordinat yang membagi diagram menjadi empat bagian adalah jumlah rata-rata dari indikator kenyataan dan harapan konsumen. Adapun hasil analisis datanya sebagai berikut:

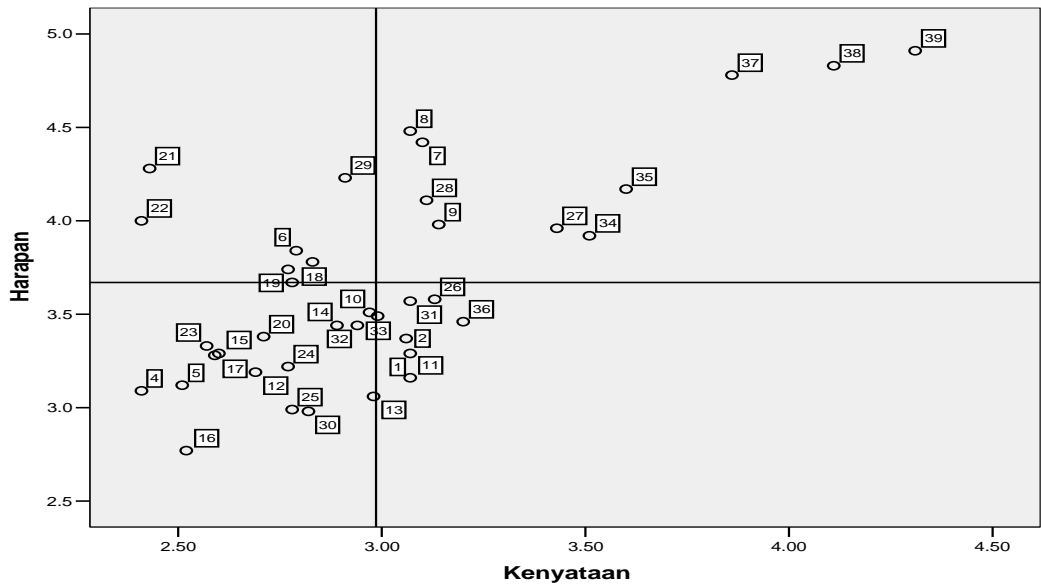
Tabel 8. Rata-rata Nilai Kenyataan Dan Harapan Konsumen

No	Nilai Kenyataan	Nilai Mean	Nilai Harapan	Nilai Mean
1	276	3,07	296	3,29
2	275	3,06	303	3,37
3	250	2,78	330	3,67
4	217	2,41	278	3,09
5	226	2,51	281	3,12
6	251	2,79	346	3,84
7	279	3,10	398	4,42
8	276	3,07	403	4,48
9	283	3,14	358	3,98
10	267	2,97	316	3,51
11	276	3,07	284	3,16
12	242	2,69	287	3,19
13	268	2,98	275	3,06
14	260	2,89	310	3,44
15	234	2,60	296	3,29
16	227	2,52	249	2,77
17	233	2,59	295	3,28
18	255	2,83	340	3,78
19	249	2,77	337	3,74
20	244	2,71	304	3,38
21	219	2,43	385	4,28
22	217	2,41	360	4,00

Lanjutan Tabel 8

23	231	2,57	300	3,33
24	249	2,77	290	3,22
25	250	2,78	269	2,99
26	282	3,13	322	3,58
27	309	3,43	356	3,96
28	280	3,11	370	4,11
29	262	2,91	381	4,23
30	254	2,82	268	2,98
31	276	3,07	321	3,57
32	265	2,94	310	3,44
33	269	2,99	314	3,49
34	316	3,51	353	3,92
35	324	3,60	375	4,17
36	288	3,20	311	3,46
37	347	3,86	430	4,78
38	370	4,11	435	4,83
39	388	4,31	442	4,91
Mean		2,99	Mean	3,67

Berdasarkan tabel di atas berikut penggambaran kenyataan dan harapan konsumen dalam diagram kartesius. Adapun sebagai berikut.



Gambar 4. Diagram Kartesius

Berdasarkan diagram di atas berikut analisis data permasing-masing kuadran dan ditunjukkan pada nomor butir soal yang mewakili.

#### 1) Kuadran A

Kuadran A menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di nDalem Ngabean Resto. Dalam kuadran A ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh pihak nDalem Ngabean Resto, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya dianggap masih belum memuaskan pelanggan. Hal ini didukung dari pernyataan yang terdapat pada kuadran A sebagai berikut.

Tabel 9. Pernyataan Yang Menempati Kuadran A

No	Pernyataan	Skor Rata-Rata		Indikator
		Kenyataan	Harapan	
3	nDalem Ngabean Resto mempunyai kesan tempat yang unik dan menarik di mata konsumen	2,78	3,67	Bukti Langsung
6	Karyawan sigap untuk melayani tamu yang membutuhkan pelayanan khusus seperti lansia, orang sakit, dll.	4,31	4,91	
18	Minuman yang disajikan sudah sesuai dengan yang diharapkan tamu.	2,83	3,78	Keandalan
19	Karyawan selalu sigap untuk menyambut tamu datang dengan membawa handuk basah	2,77	3,74	Daya Tanggap
21	Karyawan cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan tamu.	2,43	4,28	
22	Karyawan selalu tanggap untuk menambahkan air putih kedalam gelas tamu sebelum habis	2,41	4,00	
29	Makanan yang disajikan pada <i>buffet</i> memiliki rasa dan kualitas yang tinggi	2,91	4,23	Jaminan

## 2) Kuadran B

Kuadran B menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan nDalem Ngabean Resto. Dalam kuadran B perlu mempertahankan kualitas pelayanan dan jasa yang sudah diberikan kepada pelanggan Ndalem Ngabean Resto, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan, sehingga pelayanan yang di berikan di nDalem Ngabean Resto dianggap sudah memuaskan pelanggan. Hal ini didukung dari pernyataan yang terdapat pada kuadran B sebagai berikut.

Tabel 10. Pernyataan Yang Menempati Kuadran B

No	Pernyataan	Skor Rata-Rata		Indikator
		Kenyataan	Harapan	
7	Karyawan selalu nampak segar dan tidak lusuh ketika melayani tamu	3,1	4,42	Bukti Langsung
8	Karyawan selalu berpenampilan bersih, dilihat dari pakaian atau seragam yang dikenakan.	3,07	4,48	
9	Peralatan makan yang tersedia dimeja makan selalu dijamin kebersihannya.	3,14	3,98	
27	Makanan dan minuman yang disajikan di nDalem Ngabean Resto menggunakan bahan yang segar	3,43	3,96	Jaminan
28	Minuman yang disajikan mempunyai tampilan yang menarik	3,11	4,11	
34	Karyawan melayani tamu dengan bersungguh-sungguh tanpa menyepelekan tamu	3,51	3,92	Empati
35	Karyawan bekerja secara profesional sesuai dengan prosedur perusahaan	3,60	4,17	
37	Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial	3,86	4,78	
38	Karyawan memberikan pelayanan yang ekstra terhadap tamu anak-anak	4,11	4,83	
39	Karyawan sigap untuk melayani tamu yang membutuhkan pelayanan khusus seperti lansia, orang sakit, dll.	4,31	4,91	



### 3) Kuadran C

Kuadran C menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Dalem Ngabean Resto dan dianggap masih kurang penting bagi pelanggan, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa saja. Hal ini didukung dari pernyataan yang terdapat pada kuadran C sebagai berikut.

Tabel 11. Pernyataan Yang Menempati Kuadran C

No	Pernyataan	Skor Rata-Rata		Indikator
		Kenyataan	Harapan	
4	Tersedia fasilitas toilet dan wastafel di area Resto untuk memenuhi kebutuhan tamu	2,41	3,09	Bukti Langsung
5	Fasilitas toilet selalu terjaga kebersihannya.	2,51	3,12	
10	Peralatan makan yang disediakan sudah lengkap dan disesuaikan dengan menu yang disajikan.	2,97	3,51	
12	Karyawan bergerak cepat dalam melayani tamu.	2,69	3,19	Keandalan
13	Tamu akan menerima pesannya setelah memesan kepada karyawan tanpa menunggu lama.	2,98	3,06	
14	Karyawan menguasai mengenai menu apa saja yang disajikan pada <i>buffet</i> .	2,89	3,44	
15	Karyawan hafal akan minuman yang ditawarkan dalam buku menu.	2,60	3,29	
16	Karyawan, waiters khususnya dapat menjelaskan kepada tamu tentang makanan maupun minuman yang disajikan.	2,52	2,77	
17	Karyawan mampu mengolah makanan dengan baik	2,59	3,28	
20	Tanpa menunggu lama tamu segera mendapatkan buku menu untuk memilih minuman untuk dipesan	2,71	3,38	Daya Tanggap
23	Karyawan segera mengganti makanan atau minuman apabila makanan atau minuman yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan tamu atau tidak sesuai dengan yang tamu harapkan.	2,57	3,33	
24	Karyawan dengan segera memohon maaf kepada tamu apabila ada keluhan yang disampaikan	2,77	3,22	
25	Karyawan selalu sigap untuk menyambut tamu datang dengan membawa handuk basah	2,78	2,99	Jaminan
30	Porsi makanan yang tersedia pada meja <i>buffet</i> selalu terkontrol	2,82	2,98	
32	Lingkungan di Dalem Ngabean Resto yang tenang membuat tamu merasa aman dan nyaman	2,94	3,44	
33	Makanan dan minuman yang disajikan di Dalem Ngabean Resto menggunakan bahan yang segar	2,99	3,49	

#### 4) Kuadran D

Kuadran D menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan nDalem Ngabean Resto yang dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik oleh pihak nDalem Ngabean Resto, sehingga sangat memuaskan konsumen, akan tetapi dampak yang ditimbulkan adalah tarif yang ditentukan menjadi jauh lebih mahal. Hal ini didukung dari pernyataan yang terdapat pada kuadran D sebagai berikut.

Tabel 12. Pernyataan Yang Menempati Kuadran D

No	Pernyataan	Skor Rata-Rata		Indikator
		Kenyataan	Harapan	
1	nDalem Ngabean memiliki ruang gerak yang cukup luas sehingga tamu merasa nyaman.	3,07	3,29	Bukti Langsung
2	Penataan ruang yang rapi di nDalem ngabean yang rapi membuat tamu merasa nyaman dan betah.	3,06	3,37	
11	Karyawan selalu sigap ketika tamu baru datang	3,07	3,16	Keandalan
26	Tanpa menunggu lama tamu segera mendapatkan buku menu untuk memilih minuman untuk dipesan	3,13	3,58	Jaminan
31	Kehalalan dan keamanan makanan dan minuman di nDalem Ngabean Resto Terjamin	3,07	3,57	
36	Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada tamu	3,20	3,46	Empati

Berikut rangkuman penyajian dari pernyataan yang mendukung pada kuadran A, B, C, D adalah sebagai berikut:

Tabel 13. Rangkuman Pernyataan dalam Diagram Kartesius

No	Indikator	Butir Soal	Kuadran							
			A		B		C		D	
		f	f	%	f	%	f	%	f	%
1	Bukti Langsung	10	2	20%	3	30%	3	30%	2	20%
2	Keandalan	8	1	13%	0	0	6	75%	1	13%
3	Daya Tanggap	6	3	50%	0	0	3	50%	0	0
4	Jaminan	9	1	11%	2	22%	4	44%	2	22%
5	Empati	6	0	0	5	83%	0	0	1	17%
<b>Total</b>		<b>39</b>	<b>7</b>	<b>17,9%</b>	<b>10</b>	<b>25,6%</b>	<b>16</b>	<b>41,0%</b>	<b>6</b>	<b>15,4%</b>

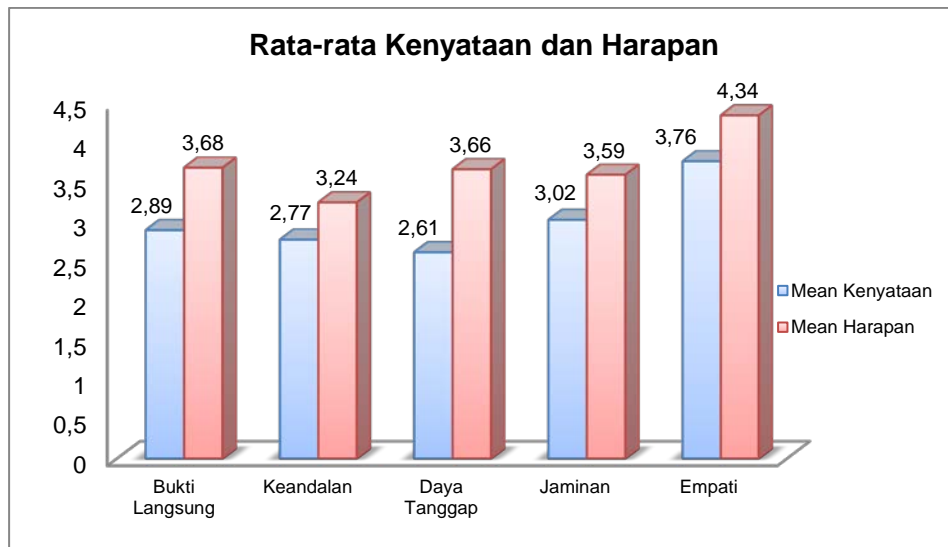
#### b. Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di nDalem Ngabean Resto

Data variabel kepuasan pelanggan terdiri dari 39 butir pernyataan dengan jumlah responden 90 responden. Ada lima alternatif jawaban dimana jawaban tertinggi bernilai 5 dan jawaban terendah bernilai 1. Sehingga didapatkan nilai rata-rata dari kenyataan dan harapan yang dibagi menurut indikator yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Berikut nilai rata-rata harapan dan kenyataan kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto.

Tabel 14. Nilai Rata-Rata Harapan dan Kenyataan Konsumen di nDalem Ngabean Resto

No	Indikator	Mean Harapan	Mean Kenyataan
1	Bukti Langsung	3,68	2,89
2	Keandalan	3,24	2,77
3	Daya Tanggap	3,66	2,61
4	Jaminan	3,59	3,02
5	Empati	4,34	3,76

Berikut penggambaran hasil analisis data melalui diagram batang berdasarkan sub indikator yang mewakili *mean* kenyataan dan *mean* harapan.



Gambar 5. Diagram Batang Rata-rata Kenyataan dan Harapan

Gambar di atas menunjukkan nilai rata-rata pada kenyataan dan harapan konsumen. Pada indikator bukti langsung diketahui bahwa nilai rata-rata harapan lebih besar dari pada nilai rata-rata kenyataan ( $3,68 > 2,89$ ); pada indikator keandalan diketahui bahwa nilai rata-rata harapan lebih besar dari pada nilai rata-rata kenyataan ( $3,24 > 2,77$ ); pada indikator daya tanggap diketahui bahwa nilai rata-rata harapan lebih besar dari pada nilai rata-rata kenyataan ( $3,66 > 2,61$ ); pada indikator jaminan diketahui bahwa nilai rata-rata harapan lebih besar dari pada nilai rata-rata kenyataan ( $3,59 > 3,02$ ); dan pada indikator empati diketahui bahwa nilai rata-rata harapan lebih besar dari pada nilai rata-rata kenyataan ( $4,34 > 3,76$ ).

Berikut penjabaran nilai rata-rata harapan dan kenyataan kepuasan konsumen nDalem Ngabean Resto diukur berdasarkan indikator yang mewakili.

### 1) Indikator Bukti Langsung

Data indikator bukti langsung terdiri dari 10 butir pernyataan dengan jumlah responden 90 responden. Ada lima alternatif jawaban dimana jawaban tertinggi bernilai 5 dan jawaban terendah bernilai 1. Hasil analisis data diketahui bahwa

nilai rata-rata kenyataan pada indikator bukti langsung sebesar 2,89 dan nilai rata-rata pada harapan sebesar 3,68. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pada indikator bukti langsung lebih tinggi dibandingkan dengan kenyataannya. Artinya, konsumen di nDalem Ngabean Resto belum puas dengan bukti langsung yang diberikan oleh pihak restoran, salah satunya didukung oleh sikap karyawan yang kurang cekatan dan sigap dalam membersihkan meja makan serta dan mempersiapkan keperluan tamu restoran seperti menuangkan air putih yang sudah habis pada tempat yang disediakan.

## **2) Indikator Keandalan**

Data indikator keandalan terdiri dari 8 butir pernyataan dengan jumlah responden 90 responden. Ada lima alternatif jawaban dimana jawaban tertinggi bernilai 5 dan jawaban terendah bernilai 1. Hasil analisis data diketahui bahwa nilai rata-rata kenyataan pada indikator keandalan sebesar 2,77 dan nilai rata-rata pada harapan sebesar 3,24. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pada indikator keandalan lebih tinggi dibandingkan dengan kenyataannya. Artinya, konsumen di nDalem Ngabean Resto belum puas dengan keandalan yang diberikan oleh pihak restoran. Berdasarkan hasil analisis data, konsumen merasa belum puas pada indikator ini dikarenakan karyawan nDalem Ngabean Resto dianggap masih belum dapat mengatasi beberapa situasi dan kondisi insidental yang terjadi di restoran tersebut. Hal ini ditunjukkan dari sikap karyawan nDalem Ngabean Resto pada saat menerima tamu dadakan terlihat panik dan gugup serta beberapa pelayanan menjadi terbengkelai dan beberapa tamu merasa tidak dilayani secara maksimal.

### **3) Indikator Daya Tanggap**

Data indikator daya tanggap terdiri dari 6 butir pernyataan dengan jumlah responden 90 responden. Ada lima alternatif jawaban dimana jawaban tertinggi bernilai 5 dan jawaban terendah bernilai 1. Hasil analisis data diketahui bahwa nilai rata-rata kenyataan pada indikator daya tanggap sebesar 2,61 dan nilai rata-rata pada harapan sebesar 3,66. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pada indikator daya tanggap lebih tinggi dibandingkan dengan kenyataannya. Artinya, konsumen di nDalem Ngabean Resto belum puas dengan daya tanggap karyawan yang diberikan oleh pihak restoran. Salah satu hal yang menyebabkan ketidakpuasan tersebut ditunjukkan dari ketika terdapat beberapa menu yang habis tidak langsung disampaikan kepada konsumen sehingga konsumen harus memesan minuman kembali dan waktu untuk menunggu jadi bertambah.

### **4) Indikator Jaminan**

Data indikator jaminan terdiri dari 9 butir pernyataan dengan jumlah responden 90 responden. Ada lima alternatif jawaban dimana jawaban tertinggi bernilai 5 dan jawaban terendah bernilai 1. Hasil analisis data diketahui bahwa nilai rata-rata kenyataan pada indikator Jaminan sebesar 3,02 dan nilai rata-rata pada harapan sebesar 3,59. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pada indikator Jaminan lebih tinggi dibandingkan dengan kenyataannya. Artinya, konsumen di nDalem Ngabean Resto belum puas dengan jaminan yang diberikan oleh pihak restoran. Hal ini ditunjukkan dari terbatasnya jumlah karyawan yang menyebabkan para pelanggan di nDalem Ngabean Resto merasa ragu-ragu terhadap pelayanan karyawan apabila restoran sedang menerima tamu dalam jumlah yang besar.

### **5) Indikator Empati**

Data indikator empati terdiri dari 6 butir pernyataan dengan jumlah responden 90 responden. Ada lima alternatif jawaban dimana jawaban tertinggi bernilai 5 dan jawaban terendah bernilai 1. Hasil analisis data diketahui bahwa nilai rata-rata kenyataan pada indikator empati sebesar 3,76 dan nilai rata-rata pada harapan sebesar 4,34. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pada indikator empati lebih tinggi dibandingkan dengan kenyataannya. Artinya, konsumen di nDalem Ngabean Resto belum puas dengan empati yang diberikan oleh pihak restoran. Berdasarkan hasil observasi pada saat melakukan penelitian, karyawan dianggap kurang peka terhadap konsumen terlihat dari beberapa konsumen mengeluh ketika air putih yang berada di atas meja konsumen habis, namun karyawan tidak segera menyediakan kembali.

### **B. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan di nDalem Ngabean Resto. Berdasarkan data penelitian yang dianalisis maka dilakukan pembahasan tentang hasil penelitian sebagai berikut.

#### **1) Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Di nDalem Ngabean Resto**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto adalah kualitas pelayanan yang diukur berdasarkan lima indikator yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Berdasarkan diagram kartesius faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terbagi menjadi empat kuadran yaitu kuadran A, kuadran B, kuadran C, dan kuadran D. Kuadran A dipengaruhi oleh bukti langsung, keandalan, daya tanggap, dan jaminan. Kuadran B diketahui bahwa faktor-faktor yang

mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto meliputi bukti langsung, jaminan, dan empati. Kuadran C diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan. Kuadran D diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto meliputi bukti langsung, keandalan, jaminan, dan empati.

Kuadran A menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di nDalem Ngabean Resto. Dalam kuadran A ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh pihak nDalem Ngabean Resto, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya dianggap masih belum memuaskan pelanggan. Kuadran A dipengaruhi oleh (1) bukti langsung yang meliputi faktor infrastruktur restoran dan kesiapan pelayan; (2) keandalan yang meliputi ketepatan dalam menyajikan hidangan; (3) daya tanggap meliputi sigap dan cekatan dalam menerima dan mengantarkan pesanan tamu; dan (4) jaminan dimana makanan yang disajikan memiliki rasa dan kualitas yang tinggi.

Kuadran B menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan nDalem Ngabean Resto. Dalam kuadran B perlu mempertahankan kualitas pelayanan dan jasa yang sudah diberikan kepada pelanggan Ndalem Ngabean Resto, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan, sehingga pelayanan yang diberikan di nDalem Ngabean Resto dianggap sudah memuaskan pelanggan. Pada kuadran B diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto meliputi (1) bukti langsung berupa higiene perorangan dan peralatan; (2) jaminan berupa higiene



makanan dan inovatif; dan (3) empati berupa karyawan bekerja secara profesional, dan memberikan pelayanan sebaik mungkin tanpa memandang ras, agama, status, serta golongan.

Kuadran C menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di nDalem Ngabean Resto dan dianggap masih kurang penting bagi pelanggan, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa saja. Pada kuadran C diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto meliputi (1) bukti langsung berupa fasilitas yang disediakan; (2) keandalan berupa pelayanan yang maksimal kepada tamu yang berkunjung; (3) daya tanggap berupa cepat tanggap terhadap situasi kondisi yang terjadi; (4) jaminan berupa porsi yang disajikan, bahan yang digunakan dan kenyamanan lingkungan sekitar.

Kuadran D menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di nDalem Ngabean Resto yang dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik oleh pihak nDalem Ngabean Resto, sehingga sangat memuaskan konsumen, akan tetapi dampak yang ditimbulkan adalah tarif yang ditentukan menjadi jauh lebih mahal. Pada kuadran D diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto meliputi (1) bukti langsung berupa desain interior restoran; (2) keandalan berupa sigap dalam menyambut tamu yang datang; (3) jaminan berupa pelayan *stand by* dan jaminan kehalalan produk yang disajikan; (4) empati berupa perhatian kepada tamu secara individu pada saat tamu berkunjung.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2005).

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan suatu layanan memberikan dampak tersendiri kepada perilaku pembelian selanjutnya. Pelanggan nDalem Ngabean Resto yang menikmati layanan kemungkinan besar akan mendukung nDalem Ngabean Resto, melalui berkata positif tentang nDalem Ngabean Resto, merekomendasikan nDalem Ngabean Resto ke pihak lain, jarang melakukan perpindahan merk. Kesiediaan pelanggan loyal kepada nDalem Ngabean Resto adalah suatu indikasi bahwa layanan yang diberikan bersifat favorable (disukai), disamping itu pelanggan cenderung membeli merk yang mereka sukai untuk mengurangi risiko kerugian.

Saat ini, pelanggan lebih sulit terpuaskan karena pelanggan lebih cerdas, lebih sadar harga, lebih menuntut, kurang memaafkan dan didekati oleh banyak pesaing dengan tawaran yang sama atau lebih baik. Tantangannya menurut Kotler (2005), adalah bukan hanya menghasilkan pelanggan yang puas, beberapa pesaing dapat melakukan itu. Tantangannya adalah menghasilkan pelanggan yang senang dan setia.

Loyalitas suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh cara nDalem Ngabean Resto tersebut memuaskan pelanggan. Menurut Schanaars (1996) terdapat empat macam kemungkinan yang terjadi antara kepuasan dengan loyalitas yakni *failures*, *forced loyalty*, *defectors* dan *successes*. Pada penelitian ini, nDalem Ngabean Resto belum berhasil membuat responden

menjadi *successes* yakni pelanggan puas dan loyal yaitu golongan yang memiliki sikap *favorable* yang tinggi terhadap nDalem Ngabean Resto.

Dengan demikian, nDalem Ngabean Resto harus meningkatkan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya. Apabila pelanggan pergi (defeksi), maka eksistensi nDalem Ngabean Resto tidak diperlukan lagi. Oleh karena itu, perusahaan perlu mendeteksi sikap pelanggannya. Pemahaman pemasar terhadap sikap pelanggan, dapat membantu pemasar untuk dapat mempengaruhi dan mengubah sikap konsumen ke arah yang positif.

## **2) Kepuasan Konsumen Di nDalem Ngabean Resto**

Berdasarkan karakteristik konsumen yang berkunjung di nDalem Ngabean Resto mayoritas berjenis kelamin perempuan sebesar 60,0%; berusia antara 26-30 tahun yakni sebesar 23,33%; bekerja sebagai karyawan sebesar 23,33%; dan frekuensi kunjungan mayoritas 1 kali kunjungan sebesar 43,33%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih detail dalam memberikan penilaian terhadap produk yang mereka beli. Perempuan lebih realistis dalam memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Sehingga penilaiannya lebih rasional dan lebih objektif dalam mendeskripsikan kualitas pelayanan yang diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang berkunjung ke nDalem Ngabean Resto mayoritas berjenis kelamin perempuan sebesar 60,0%; berusia antara 26-30 tahun yakni sebesar 23,33%; bekerja sebagai karyawan sebesar 23,33%; dan frekuensi kunjungan mayoritas 1 kali kunjungan sebesar 43,33%. Kunjungan responden ke nDalem Ngabean Resto tidak hanya didasarkan pada motif internal saja atau keinginan pribadi, akan tetapi beberapa responden yang berkunjung karena berdasarkan pada rekomendasi dari *guide*.

Artinya dapat diasumsikan bahwa responden yang di arahkan oleh *guide* untuk berkunjung ke nDalem Ngabean Resto diberikan tawaran yang sangat menarik dengan berbagai macam fasilitas dan keunggulan. Akan tetapi faktanya apa yang disampaikan oleh *guide* tidak sepenuhnya terealisasi, nyatanya masih terdapat beberapa kendala dalam hal pelayanan yang membuat konsumen merasa tidak sesuai antara harapan dengan kenyataan yang diterima, sehingga kondisi tersebut yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen saat berkunjung di nDalem Ngabean Resto.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto berada pada kategori belum puas. Hal ini ditunjukkan dari indikator bukti langsung dimana nilai rata-rata harapan lebih besar dari pada nilai rata-rata kenyataan ( $3,68 > 2,89$ ); pada indikator keandalan diketahui bahwa nilai rata-rata harapan lebih besar dari pada nilai rata-rata kenyataan ( $3,24 > 2,77$ ); pada indikator daya tanggap diketahui bahwa nilai rata-rata harapan lebih besar dari pada nilai rata-rata kenyataan ( $3,66 > 2,61$ ); pada indikator jaminan diketahui bahwa nilai rata-rata harapan lebih besar dari pada nilai rata-rata kenyataan ( $3,59 > 3,02$ ); dan pada indikator empati diketahui bahwa nilai rata-rata harapan lebih besar dari pada nilai rata-rata kenyataan ( $4,34 > 3,76$ ).

Bukti langsung adalah faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari segi visual (berhubungan dengan lingkungan fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi. Indikator bukti langsung di nDalem Ngabean Resto berada pada kategori sedang artinya nDalem Ngabean Resto sudah memberikan fasilitas pelayanan yang terbaik akan tetapi masih terdapat beberapa sikap pelayan yang dinilai kurang peka terhadap konsumen salah satunya adalah ketika menu minuman yang habis tidak langsung

disampaikan kepada konsumen sehingga konsumen harus memesan minuman kembali dan waktu untuk menunggu jadi bertambah.

Keandalan adalah kemampuan untuk diandalkan dalam menunjukkan layanan yang dijanjikan dengan tanggung jawab dan akurat kepada pelanggannya. Indikator keandalan di nDalem Ngabean Resto berada pada kategori rendah artinya pelayan di nDalem Ngabean Resto dianggap belum handal dalam melayani konsumen. Salah satunya adalah ada beberapa konsumen sampai kehabisan air putih yang seharusnya air putih diatas meja jangan sampai habis, dan pada meja *buffet* yang tidak segera dirapikan ketika tamu telah mengambil makanan.

Daya tanggap adalah kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan layanan yang tepat waktu. Indikator daya tanggap berada pada kategori rendah artinya pelayan di nDalem Ngabean Resto dianggap belum merespon aktif keperluan dan kebutuhan konsumen yang berkunjung. Salah satunya adalah tidak maksimalnya pelayanan ketika jumlah karyawan sedikit, tamu restoran datang tiba-tiba dan dalam jumlah besar (*walk in guest*) maka pelayan akan merasa terbengkalai dan akhirnya beberapa tamu merasa tidak dilayani secara maksimal.

Jaminan yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Dimensi ini mungkin menjadi bagian penting dari layanan dimana pelanggan merasa aman dan terjamin, bahwa pelanggan akan dilayani oleh karyawan yang

memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik tentang produk atau jasa yang dijual oleh produsen. Jaminan ini mencakup pengetahuan, kemampuan kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Indikator jaminan di nDalem Ngabean Resto berada pada kategori tinggi, artinya pelayan di nDalem Ngabean Resto memiliki sikap sopan, menguasai pengetahuan, dan memiliki keterampilan yang dibutuhkan dalam menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

Empati berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Kemampuan untuk mengerti keinginan pelanggan serta memperhatikan emosi atau perasaan pelanggan dan juga tersedianya perhatian atau atensi untuk para pelanggan. Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen. Indikator empati di Ndalem Ngabean Resto berada pada kategori tinggi, artinya Ndalem Ngabean Resto mampu memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggannya.

Kualitas layanan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan (Lupiyadi, 2001: 81). Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kualitas termasuk semua elemen yang diperlukan untuk memuaskan tujuan pelanggan, baik internal maupun eksternal, juga termasuk tiap-tiap item dalam produk, kualitas, kualitas layanan, *performance*, *availability*, *durability*,

*aesthetic, reability, maintainability, logistic, supprtability, customer service, training, delivery, billing, shipping, repairing, marketing, warranty, dan life cycle cost.* Pelanggan akan membandingkan dengan produk jasa lainnya. Bilamana harapan-harapannya terpenuhi, maka akan menjadikannya pelanggan loyal, puas terhadap produk barang atau jasa yang dibelinya. Sebaliknya, bilamana tidak puas, restoran tersebut akan ditinggalkan oleh pelanggan. keputusan pelanggan berkaitan dengan kepuasan terhadap penilaian produk barang dan jasa. Kunci kepuasan pelanggan tersebut terletak pada kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan sehingga penyampaian produk, baik barang maupun jasa oleh perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto terbagi menjadi empat kuadran yaitu kuadran A, kuadran B, kuadran C, dan kuadran D. Kuadran A dipengaruhi oleh bukti langsung, keandalan, daya tanggap, dan jaminan. Kuadran B diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto meliputi bukti langsung, jaminan, dan empati. Kuadran C diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan. Kuadran D diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto meliputi bukti langsung, keandalan, jaminan, dan empati.
2. Kepuasan konsumen di nDalem Ngabean Resto berada pada kategori belum puas. Hal ini ditunjukkan dari nilai rata-rata harapan lebih besar dari pada nilai rata-rata kenyataan dimana pada indikator bukti langsung nilai  $3,68 > 2,89$ ; pada indikator keandalan nilai  $3,24 > 2,77$ ; pada indikator daya tanggap nilai  $3,66 > 2,61$ ; pada indikator jaminan nilai  $3,59 > 3,02$ ; dan pada indikator empati nilai  $4,34 > 3,76$ ).



## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut.

### **1. Bagi Pengelola Di nDalem Ngabean Resto**

Pihak nDalem Ngabean Resto perlu meningkatkan lagi kualitas pelayanan karyawan yang masih kurang dengan cara memberikan pelatihan-pelatihan kepada pelayan dan melakukan evaluasi secara berkala. Karena, dampak terhadap peningkatan kualitas pelayanan tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang akan membawa keuntungan bagi nDalem Ngabean Resto.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti lain hendaknya melakukan penelitian dengan menggunakan teknik atau metode-metode penelitian lainnya dan dengan objek yang berbeda pula, sehingga akan dapat lebih menyempurnakan hasil penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bartono. 2005. *Manajemen Produksi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Basu Swastha & Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Liberty.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Djati Julitiarsa & John Suprihanto. 2001. *Manajemen Umum*. Yogyakarta: BPFE.
- Endang Mulyatiningsih. 2011. *Riset Terapan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Fandy Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Giese, Cote. 2000. *Kepuasan Konsumen*. [www.kepuasankonsumen.com](http://www.kepuasankonsumen.com). Diakses pada tanggal 22 April 2015.
- Gita Ayushinta. 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Mbok Berek Brebes*. Laporan Penelitian. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Handoko T. Hani. 2000. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Edisi II. Cetakan Keempat Belas. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Husein Umar. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Jogiyanto. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marsum. 2005. *Restoran dan Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Phillips Kotler. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.

- \_\_\_\_\_. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rico Palaguna. 2012. *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Restaurant Famili Di Medan*. Laporan penelitian. Universitas Negeri Medan.
- Riries Karismyatie. 2003. *Kinerja Manajerial Seksi Banquet dan Bagian yang Terkait dalam Penyelenggaraan Wedding Event dengan Kepuasan Konsumen di Hotel Kartika Chandra Jakarta*. Laporan Penelitian. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Saifuddin Azwar. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soekresno. 2000. *Manajemen Food and Beverage*. Edisi ke II. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudijono, Anas. 2009. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. 2005. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supranto. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Widya Ika Erfiana. 2010. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Jepang Saboten Shokudo Malang*. Laporan Penelitian. Universitas Negeri Malang.

Wilkie, William L. 1994. *Consumer Behavior*. New York: Third Edition, Jhon Wiley & Sons Inc.

Wulansari, Eka. 2007. *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum*. [Online]. diakses Tanggal 2 Maret 2010.

Zulian Yamit. 2010. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

# LAMPIRAN



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
SEKRETARIAT DAERAH

Kompleks Kepatihan, Danurejan, Telepon (0274) 562811 - 562814 (Hunting)  
YOGYAKARTA 55213

operator1@yahoo.com

SURAT KETERANGAN / IJIN

070/REG/VI/306/3/2015

Surat : WAKIL DEKAN I FAKULTAS TEKNIK Nomor : 0512/H34/PL/2015  
Tanggal : 5 MARET 2015 Perihal : IJIN PENELITIAN/RISET

- Seingat : 1. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006, tentang Perizinan bagi Perguruan Tinggi Asing, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Asing, Badan Usaha Asing dan Orang Asing dalam melakukan Kegiatan Penelitian dan Pengembangan di Indonesia;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011, tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
3. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 37 Tahun 2008, tentang Rincian Tugas dan Fungsi Satuan Organisasi di Lingkungan Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.
4. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian, dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

DIJINKAN untuk melakukan kegiatan survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan kepada:

Nama : SUCI WULAN SARI NIP/NIM : 09511241026  
Alamat : FAKULTAS TEKNIK, PENDIDIKAN TEKNIK BOGA, UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
Judul : TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DI NDALEM NGABEAN  
Lokasi : RESTO  
Waktu : 11 MARET 2015 s/d 11 JUNI 2015

Dengan Ketentuan

- Menyerahkan surat keterangan/ijin survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan \*) dari Pemerintah Daerah DIY kepada Bupati/Walikota melalui institusi yang berwenang mengeluarkan ijin dimaksud;
- Menyerahkan soft copy hasil penelitiannya baik kepada Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY dalam compact disk (CD) maupun mengunggah (upload) melalui website [adbang.jogjapro.go.id](http://adbang.jogjapro.go.id) dan menunjukkan cetakan asli yang sudah disahkan dan dibubuhi cap institusi;
- Ijin ini hanya dipergunakan untuk keperluan ilmiah, dan pemegang ijin wajib mentaati ketentuan yang berlaku di lokasi kegiatan;
- Ijin penelitian dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat ini kembali sebelum berakhir waktunya setelah mengajukan perpanjangan melalui website [adbang.jogjapro.go.id](http://adbang.jogjapro.go.id);
- Ijin yang diberikan dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila pemegang ijin ini tidak memenuhi ketentuan yang berlaku.

Dikeluarkan di Yogyakarta  
Pada tanggal 11 MARET 2015  
A.n Sekretaris Daerah  
Asisten Perekonomian dan Pembangunan  
Ub.  
Kepala Biro Administrasi Pembangunan



Dr. Hui Asuti, M.Si  
NIP. 1990525 198503 2 006

Tembusan :

- GUBERNUR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (SEBAGAI LAPORAN)
- WALIKOTA YOGYAKARTA C.Q DINAS PERIJINAN KOTA YOGYAKARTA
- WAKIL DEKAN I FAKULTAS TEKNIK, UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
- YANG BERSANGKUTAN



PEMERINTAHAN KOTA YOGYAKARTA  
DINAS PERIZINAN

Jl. Kenari No. 56 Yogyakarta 55135 Telepon 514448, 515865, 515866, 515866, 562682

Fax (0274) 555241

E-MAIL : perizinan@jogjakota.go.id

HOTLINE SMS : 081227625000 HOT LINE EMAIL : upik@jogjakota.go.id

WEBSITE : www.perizinan.jogjakota.go.id

SURAT IZIN

NOMOR : 070/0899

0104/34

Membaca Surat : Dari Surat izin/ Rekomendasi dari Gubernur Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta  
Nomor : 070/REG/V/306/3/2015 Tanggal : 11 Maret 2015

Mengingat : 1. Peraturan Gubernur Daerah istimewa Yogyakarta Nomor : 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.  
2. Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pembentukan, Susunan, Kedudukan dan Tugas Pokok Dinas Daerah;  
3. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 29 Tahun 2007 tentang Pemberian Izin Penelitian, Praktek Kerja Lapangan dan Kuliah Kerja Nyata di Wilayah Kota Yogyakarta;  
4. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 85 Tahun 2008 tentang Fungsi, Rincian Tugas Dinas Perizinan Kota Yogyakarta;  
5. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 18 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Perizinan pada Pemerintah Kota Yogyakarta;

Dijijinkan Kepada : Nama : SUCI WULAN SARI  
No. Mhs/ NIM : 09511241026  
Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Teknik - UNY  
Alamat : Kampus Karangmalang, Yogyakarta  
Penanggungjawab : Dr. Mutiara Nugraheni  
Keperluan : Melakukan Penelitian dengan judul Proposal : TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DI NDALEM NGABEAN RESTO

Lokasi/Responden : Kota Yogyakarta  
Waktu : 11 Maret 2015 s/d 11 Juni 2015  
Lampiran : Proposal dan Daftar Pertanyaan  
Dengan Ketentuan : 1. Wajib Memberikan Laporan hasil Penelitian berupa CD kepada Walikota Yogyakarta (Cq. Dinas Perizinan Kota Yogyakarta)  
2. Wajib Menjaga Tata tertib dan menaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat  
3. Izin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kesetabilan pemerintahan dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah  
4. Surat izin ini sewaktu-waktu dapat dibatalkan apabila tidak dipenuhinya ketentuan-ketentuan tersebut diatas

Kemudian diharap para Pejabat Pemerintahan setempat dapat memberikan bantuan seperlunya

Tanda Tangan  
Pemegang Izin

SUCI WULAN SARI



Dikeluarkan di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 12-03-2015  
Dinas Perizinan  
Sekretaris

Drs. HARDONO  
NIP. 195804101985031013

Tembusan Kepada :

- Yth 1. Walikota Yogyakarta (sebagai laporan)  
2. Ka. Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY  
3. Pimp. Ndalem Ngabean Resto Yogyakarta  
4. Ybs.



nDalem Ngabean

JL. NGADISURYAN No. 6 YOGYAKARTA TELP/FAX. 0274 - 419199

## **SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dyah Nuraini  
Jabatan : General Manager  
Institusi : nDalem Ngabean Resto  
Jl. Ngadisuryan No. 6 Yogyakarta

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

Nama : Suci Wulan Sari  
NIM : 09511241026  
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga  
Fakultas : Teknik

Telah melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul : "TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DI NDALEM NGABEAN RESTO"

Yang dilaksanakan pada tanggal 11 Maret 2015 sampai dengan 17 Maret 2015.

Demikian surat keterangan ini kami buat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 20 April 2015

DYAH NURAINI

General Manager



### HASIL VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN TAS

Nama Mahasiswa : Suci Wulan Sari

NIM : 09511241026

Judul TAS : Tingkat Kepuasan Konsumen di nDalem Ngabean Resto

No	Variabel	Saran / Tanggapan
		Definisi Operasional bisa dibuat lebih spesifik
		Option pilihan sangat dengan angka.
	Komentar umum/Lain-lain :	

Yogyakarta, Januari 2015

Validator,



Prihastuti Ekawatiningsih, M.Pd

NIP. 197504281999032002

## SURAT KETERANGAN VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Prihastuti Ekawatiningsih, M.Pd

NIP : 197504281999032002

Jabatan : Dosen Pendidikan Teknik Boga

Fakultas : Teknik

Setelah mencermati, menelaah, memperhatikan dan menganalisis kelayakan instrumen yang dibuat oleh :

Nama : Suci Wulan Sari

NIM : 09511241026

Program Studi: Pendidikan Teknik Boga

Fakultas : Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Dengan ini menyatakan, ditandai dengan (✓)

( ) Belum Valid

(✓) Sudah Valid dengan Catatan

( ) Sudah Valid

Catatan :

Revisi dibuat untuk sesuai instrumen.  
Instrumen selanjutnya diuji cobakan ke lapangan untuk  
melihat validitas + reliabilitas secara empiris

Yogyakarta, Januari 2015

Validator,



Prihastuti Ekawatiningsih, M.Pd

NIP. 197504281999032002

## DATA VALIDITAS DAN RELIABILITAS

HARAPAN																																												
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	Jml				
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	192			
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	190		
3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	190		
4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	188		
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	190		
6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	188		
7	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	185		
8	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	185	
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	190		
10	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	184	
11	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	187	
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	182
13	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	184
14	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	185	
15	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	184
16	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	188
17	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	180	
18	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	191	
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	191
20	4	2	5	1	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145	
21	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	1	1	5	4	2	1	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	188	
22	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	4	2	1	1	2	1	3	1	4	2	2	2	2	1	1	1	1	5	4	3	1	3	3	3	3	3	3	4	2	4	1	84		
23	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	184	
24	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	185
25	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	186
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	195	
27	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	182
28	2	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	167
29	4	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	1	4	4	4	4	2	4	4	1	2	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120
30	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	187

KENYATAAN																																										
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40		
1	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	175	
2	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	4	5	170	
3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4	5	3	4	5	4	172	
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	3	4	4	174	
5	2	2	1	2	3	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	1	2	1	1	4	4	4	1	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	1	2	4	1	84	
6	3	4	3	2	1	3	4	5	1	1	3	1	5	3	4	5	3	2	4	5	2	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	5	3	5	4	5	2	5	5	4	145	
7	4	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	3	3	1	3	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	1	4	3	4	115	
8	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	173		
9	4	5	5	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	5	2	4	4	165	
10	5	5	3	3	4	5	3	3	4	5	1	5	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	164	
11	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	168	
12	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	161	
13	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	168
14	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	157
15	2	5	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	3	1	4</														

## HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (HARAPAN)

### Reliability

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,973	39

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harapan_1	174,6000	512,593	,653	,973
Harapan_2	174,9000	495,679	,865	,972
Harapan_3	174,7000	504,907	,815	,972
Harapan_4	174,8000	499,683	,848	,972
Harapan_5	174,8333	506,420	,874	,972
Harapan_6	174,6333	514,999	,734	,973
Harapan_7	174,6667	518,230	,679	,973
Harapan_8	174,7000	525,252	,590	,973
Harapan_9	174,4333	533,909	,572	,973
Harapan_10	174,6667	514,989	,730	,973
Harapan_11	174,4333	533,082	,619	,973
Harapan_12	174,6333	518,723	,817	,972
Harapan_13	174,6333	515,620	,757	,972
Harapan_14	174,7000	505,183	,809	,972
Harapan_15	174,6667	513,678	,806	,972
Harapan_16	174,8667	504,051	,836	,972
Harapan_17	174,7000	526,355	,554	,973
Harapan_18	174,6000	516,041	,751	,973
Harapan_19	174,4333	533,082	,619	,973
Harapan_20	174,6333	518,723	,817	,972
Harapan_21	174,7667	513,840	,721	,973
Harapan_22	174,4333	533,082	,619	,973
Harapan_23	174,6333	518,723	,817	,972
Harapan_24	174,9000	502,921	,745	,973
Harapan_25	174,9000	498,921	,803	,972
Harapan_26	174,9667	507,620	,698	,973
Harapan_27	174,3333	536,713	,620	,974
Harapan_28	174,6000	522,593	,696	,973
Harapan_29	174,5333	526,947	,705	,973
Harapan_30	174,8333	498,557	,872	,972
Harapan_31	175,0000	512,069	,651	,973
Harapan_32	174,5667	526,185	,717	,973
Harapan_33	174,6000	528,869	,592	,973
Harapan_34	174,4333	525,082	,888	,973
Harapan_35	174,5667	530,185	,552	,973
Harapan_36	174,4333	533,082	,619	,973
Harapan_37	174,6333	518,723	,817	,972
Harapan_38	174,7000	514,424	,605	,973
Harapan_39	175,0667	498,685	,635	,974



## HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (KENYATAAN)

### Reliability

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,965	39

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kenyataan_1	157,2667	607,030	,593	,964
Kenyataan_2	156,5000	614,121	,776	,963
Kenyataan_3	157,0667	605,857	,567	,965
Kenyataan_4	157,1000	603,472	,695	,964
Kenyataan_5	156,9000	599,748	,768	,963
Kenyataan_6	156,9000	613,748	,650	,964
Kenyataan_7	156,5333	634,533	,472	,965
Kenyataan_8	156,6000	630,731	,622	,964
Kenyataan_9	156,5333	612,533	,682	,964
Kenyataan_10	156,7333	611,375	,548	,965
Kenyataan_11	156,9000	618,576	,597	,964
Kenyataan_12	156,7333	615,375	,648	,964
Kenyataan_13	156,8000	615,062	,700	,963
Kenyataan_14	156,7000	615,666	,768	,963
Kenyataan_15	156,6333	618,309	,630	,964
Kenyataan_16	156,4667	625,775	,592	,964
Kenyataan_17	156,8333	623,178	,691	,964
Kenyataan_18	156,5333	619,085	,670	,964
Kenyataan_19	157,1000	603,472	,695	,964
Kenyataan_20	156,5667	625,771	,655	,964
Kenyataan_21	156,8667	617,982	,666	,964
Kenyataan_22	157,1000	603,472	,695	,964
Kenyataan_23	156,3667	635,689	,446	,965
Kenyataan_24	156,2333	633,978	,554	,964
Kenyataan_25	156,2000	631,614	,582	,964
Kenyataan_26	156,4333	609,633	,748	,963
Kenyataan_27	156,3000	632,355	,550	,964
Kenyataan_28	156,7333	626,340	,559	,964
Kenyataan_29	156,5000	615,914	,735	,963
Kenyataan_30	156,6000	611,628	,735	,963
Kenyataan_31	156,8000	619,821	,625	,964
Kenyataan_32	156,5333	617,016	,688	,964
Kenyataan_33	156,3667	616,930	,669	,964
Kenyataan_34	156,6333	614,309	,714	,963
Kenyataan_35	156,9333	619,789	,607	,964
Kenyataan_36	157,1000	603,472	,695	,964
Kenyataan_37	156,4667	616,120	,670	,964
Kenyataan_38	156,4000	633,834	,510	,964
Kenyataan_39	156,4333	621,840	,651	,964

# DATA PENELITIAN

## Kepuasan\_Konsumen

No	Bakti Langgung										Kendaraan										Jml	Dewa Tanggap										Jambuan										Jml	Empati										Jml	Kepuasan																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1





## ANGKET

### Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan di nDalem Ngabean Resto

1. Identitas responden

Nama : .....  
Umur : ..... Tahun  
Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan  
Pekerjaan : .....  
Frekuensi berkunjung : ..... kali

2. Pernyataan-pernyataan dibawah ini untuk mengetahui tingkat kepuasan anda terhadap kinerja kualitas pelayanan dan kualitas produk di nDalem Ngabean Resto.

3. Petunjuk : Mohon anda mengisi daftar pernyataan dibawah ini dengan cara memberi tanda check (✓) pada alternatif jawaban yang paling sesuai menurut penilaian anda. Harapan anda pada kolom harapan dan kenyataan pada kolom kenyataan.

Keterangan : Kolom Kenyataan :

5 (Sangat Setuju)  
4 (Setuju)  
3 (Kurang Setuju)  
2 (Tidak Setuju)  
1 (Sangat Tidak Setuju)

Kolom Harapan :

5 (Sangat Penting)  
4 (Penting)  
3 (Cukup Penting)  
2 (Kurang Penting)  
1 (Tidak Penting)

## DAFTAR PERNYATAAN

No	Pernyataan	Kenyataan					Harapan				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1	nDalem Ngabean memiliki ruang gerak yang cukup luas sehingga tamu merasa nyaman.										
2	Penataan ruang yang rapi di nDalem ngabean yang rapi membuat tamu merasa nyaman dan betah.										
3.	nDalem Ngabean Resto mempunyai kesan tempat yang unik dan menarik di mata konsumen										
4	Tersedia fasilitas toilet dan wastafel di area Resto untuk memenuhi kebutuhan tamu										
5	Fasilitas tolilet selalu terjaga kebersihannya.										
6	Karyawan nDalem Ngabean Resto mengenakan seragam pakaian adat jawa yang rapi.										
7	Karyawan selalu nampak segar dan tidak lusuh ketika melayani tamu										
8	Karyawan selalu berpenampilan bersih, dilihat dari pakaian atau seragam yang dikenakan.										
9	Peralatan makan yang tersedia dimeja makan selalu dijamin kebersihannya.										
10	Peralatan makan yang disediakan sudah sudah lengkap dan disesuaikan dengan menu yang disajikan.										

[illegible]



[illegible][illegible]

## DOKUMENTASI



**Tamu Reservasi di nDalem Ngabean Resto**



***Walk In Guest* di nDalem Ngabean Resto**



Penyajian Meja *Buffet* Di nDalem Ngabean Resto



Suasana Area Restoran





**Salah Satu Menu Makanan Di nDalem Ngabean Resto**



**Ruang VIP di nDalem Ngabean Resto**